البناء الفني للريبورتاج الإذاعي

في مونت كارلو الدولية

الدكتور اياد خليل العبادي



البناء الفني للريبورتاج الإذاعي
في مونت كارلو الدولية

Kitap başlığı **The technical construction of the radio reportage at Monte Carlo International**	عنوان الكتاب البناء الفني للريبورتاج الإذاعي في مونت كارلو الدولية
ISBN **978-605-74037-2-8**	الرقم الدولي **978-605-74037-2-8**
Yazar **Dr.Ayad Khaleel Al-Abadi**	المؤلف الدكتور اياد خليل العبادي
Yayın Koordinatörü **Amir Kaplan**	منسق النشر عامر كابلان
Grafik Tasarım **Khaled Alwahab**	الغلاف والتنسيق الداخلي خالد الوهب
Baskı **Ağustos 2021**	تاريخ الطباعة أغسطس 2021
Yayınevi Adresi	عنوان دار النشر
Rimar Academy Publishing House **Kemal paşa Mahallesi, Atatürk Bulvarı Caddesi, Emlak** **Bankası Blokları, A - Blok No:34 K:7 D:28** **Aksaray – FATİH/ISTANBUL**	دار ريمار أكاديمي أكسراي، الفاتح، استنبول

مراجعة علمية: أ.د. جليل وادي

مراجعة لغوية: أ.د. فاضل عبود التميمي

البناء الفني للريبورتاج الإذاعي

في مونت كارلو الدولية

الدكتور إياد خليل العبادي

المحتويـات

مدخل

لم يطلق الجاحظ جزافاً عبارته الشهيرة (المعاني مُلقاةٌ على قارعَةِ الطريقِ)، بل كان يقصدها تماماً، ليس تقليلاً من شأن المعنى، وإنَّما إعلاءً لصوغ الأشكال، فالمعنى فكرة مُتاحة للجميع، لكن صناعة الأشكال مهارة قد لا تتوافر إلاّ لمن يمتلك الاستعداد الكافي والموهبة.

هذه الحقيقةُ المدركة مبكراً، شغلت مساحة كبيرة من اهتمام أغلب الباحثين في العلوم الاجتماعية لتعليمنا كيفية بناء الأشكال، لأنَّ جانباً كبيراً من الحياة لا يعدو أن يكون أشكالاً.

ولم يَجِد الاتصال الجماهيري عن هذه الحقيقة، بل كمنت وظيفته الجوهرية في كيفية سكب المعاني في أشكال فنية قادرة على جذب اهتمام الجمهور والتأثير فيه، ومع أنه واكبَ جُلّ المعاني الشاغلة للجمهور، إلاّ أنهُ كثيراً ما تعثّرَ في بناء أشكالها، ولذا استحوذَ فن نقل المعاني على جزء كبير من اهتمام خبراء الإعلام والعاملين في هذا المجال. وكانت حصيلة التأملات النظرية والتجربة الميدانية ابتكار فنون إعلامية تتجدّد باستمرار تبعاً لمتغيرات العملية الاتصالية والجوانب النفسية والاجتماعية للجمهور، فضلاً عن البيئة التي تجري في إطارها العملية الاتصالية.

ومع أنَّ الفنون الإعلامية المستخدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية واحدة، إلاّ أنَّ الاستخدامات مختلفة بين الأفراد والهيئات والوسائل. ويرتبط هذا الاختلاف نجاحاً أو إخفاقاً في الكيفيات الفنية التي تُبنى بها تلك الفنون، ونقصد بذلك كيفية خلق علاقات إيجابية بين العناصر التي ترتكز عليها الفنون الإعلامية لتكون جذّابة وفاعلة، ففي البناء الفني تكمن سمة التفرّد وإمكانية التأثير وتشكيل هوية المؤسسة.

وعلى الرغم من كثرة الأدبيات التي تناولت الفنون الإعلامية، إلاّ أنَّ المهتمّة منها بالبناء الفني شحيحة جداً، ما يجعل الخوض في غمار هذا الشأن ينطوي على صعوبات عديدة، وجاء اختيار المؤلف لإذاعة مونت كارلو الدولية لأن هويتها تتجسّد

في الأشكال البرامجية التي تبثّها، والتي من خلالها يستدلّ الجمهور عليها. ويعني ذلك أنَّ بناء هذه الأشكال لم يأتِ بطريقة عشوائية، بل لابدّ أنَّ القائمين عليها ارتكزوا على جملة من المعطيات سواء تلك التي نتجت عن خبرة متراكمة أو حصيلة ثقافة عميقة في مجال الاتصال الجماهيري وغيره من المجالات. وبالتالي فإنَّ النماذج التي قدَّمتها مونت كارلو الدولية تصلح أن تكون مثالاً لاستنباط أُسس البناء الفنّي للفنون الإعلامية وبخاصةٍ الريبورتاجات منها. وعلى هذا الأساس فإنَّ هذا الكتاب يعمل على تفكيك البناء الفني لأشكال إعلامية أثبتت نجاحها وفاعليتها لتحديد قواعد عامة يمكن الاسترشاد بها في عمليات التأثير في الجمهور. وفي هذا الجانب تكمن أهميته في أنه يتجاوز الأدبيات التي انشغلت في التنظير الإنشائي والنصائح التي تغلب عليها المثُل التي يتعذَّر تنفيذها في غالب الأحيان ليقدّم عملاً ينحو منحىً إجرائياً.

ويأتي التفكيك في هذا الكتاب بمنظور التركيب أو البناء، بمعنى أنَّ العلاقات الرابطة بين العناصر لا يمكن بأي حال من الأحوال التيقّن من قدراتها التأثيرية من دون تفكيك نماذج جرى اختبارها، والنماذج التي قدَّمتها الإذاعة قد اختُبِرت ليس على مستوى المهتمّين بالعمل الإعلامي، بل على مستوى فاعليتها في الميدان.

وعلى هذا لم تأتِ دراسة الريبورتاج في الإذاعة المذكورة بُغية تقويم هذا العمل أو المؤسسة، بلْ بِوصفِ هذهِ الإذاعة أنموذجاً لكيفيةِ صياغةِ أشكالٍ فاعلةٍ في إيصال المضامين.

فعلى مدى عقود من الزمن مثَّلت برامج راديو مونت كارلو أسلوباً مميزاً ذا إيقاع سريع لم نكن نألفه في برامج الإذاعات الرسمية الناطقة بالعربية آنذاك، وأذكر أننا في العقدين الأخيرين من القرن الماضي والسنوات الأولى من القرن الحالي، ونحن نعيش أجواء الحروب والحصار في العراق، كنّا نتجمَّع مساءً حول جهاز المذياع لنستمع إلى تلك البرامج التي طبعت بصمتها في ذاكرتنا، وكثيراً ما تملكتنا تلك الأصوات الرخيمة ذات الوقع المؤثّر والتي كانت تمثّل أصوات مذيعي مونت كارلو، فاستمتعنا بنبرات أنطوان بارود، وحنا مرقص، وحكمت وهبي، وسعد المسعودي، وكابي لطيف، وسواهم من الذين حفرت أصواتهم مكانها في أذهاننا إلى يومنا هذا. وكانت إذاعة مونت كارلو مُتنفَّساً لأجيالٍ من شبابنا طوال تلك السنوات.

لقد اهتمَّ أغلب الباحثين بدراسة مضمون البرامج واتجاهاتها وأهملوا بناءها الفني.. ومن الواضح أنَّ الإذاعة المسموعة مازالت تحتفظ بفاعليتها حتى الوقت

الحاضر، على الرغم من التطور الكبير الذي شهدته القنوات التلفزيونية الفضائية وشبكة الإنترنيت، فهي محطّ اهتمام الباحثين في الدراسات الحديثة، وبما أنَّ الإذاعة هي علاقة بين صوت وأذن، لذلك يشكل البناء الفني حلقة حاكمة في العملية، بمعنى أنه مفصل رئيس فيها، فإذا لم يتوافر بناء فني راقٍ ومُعدّ بشكلٍ علمي مدروس جيداً للرسالة الإعلامية، فإنَّ عملية إدراك الرسالة وفهمها سينتابه بعض الإرباك.

لقد بُنيت الريبورتاجات في إذاعة مونت كارلو الدولية بطرق مختلفة، لكن جميع تلك الطرق أدَّت إلى لفت انتباه المتلقي، ما يعني اهتمام الجمهور بهذهِ الإذاعة عموماً، وبالريبورتاجات خصوصاً، وجاء ذلك نتيجة بناء فني مُتفرّد.

وهذا الكتاب معني بالكشف عن العلاقات الرابطة بين العناصر المكوِّنة للبناء الفني في الريبورتاج الإذاعي الذي بثّته مونت كارلو الدولية، ومثل هذا الموضوع على قدر كبير من الأهمية، لاعتبارات عديدة منها؛ أنَّ البناء الفني معنيّ بسباكة شكل الريبورتاج، انطلاقاً من أنَّ جزءاً كبيراً من تأثيرات المادة الإعلامية يرتبط بالشكل أكثر من ارتباطه بالمضمون، بالمقابل فإنَّ الكيفيات التي تُبنى بها المضامين لتكون فاعلة ومؤثرة في الجمهور لم تدرس بالقدر الكافي على وفق منهج علمي للوصول إلى حقائق معينة بشأن البناء الفني، إذ إنَّ تفكيك الأشكال ومعرفة العناصر المكونة لها والكيفيات التي رُتِّبت بها، بما يكشف عن البناء الفني، قد يقودنا إلى حقائق يمكن الاستناد إليها في سباكة الأشكال الإعلامية، ومثل هذا الأمر يعدّ ضرورة قصوى للعاملين في المجال الإعلامي.

وإذا كانت الكلمة هي الثورة الأولى في ظاهرة الاتصال، فإنَّ بعضهم يعدّ الإذاعةَ الثورة الرابعة بعد الكتابة والطّباعة، كونها الوسيلة الأسرع في الاتِّصال والتي تخترق الحدود والحواجز الجغرافية لتصل إلى بقاع بعيدة من العالم. تقول خبيرة الإعلام الدكتورة جيهان رشتي (مِنَ الصَّعْبِ علينا الآنَ أنْ نُقَدِّرَ قِيمَةَ الإذاعَةِ لأنَّنا لَمْ نَعِشْ أبَدَاً في عالَمٍ بِدُونِ إذاعَة).

فعلى الرغم من الانتشار الهائل للقنوات التلفزيونية الفضائية التي صار التقاطها أيسر من وسائل أخرى كثيرة، عبر الأطباق الفضائية التي ملأت سطوح المنازل حتى في أبعد قرية نائية، فقد استمرت الإذاعة وتوسعت قنواتها. كما لم يستطع الانفجار الهائل لشبكة الإنترنت من سحب البساط من تحت أقدام الإذاعة المسموعة التي

سعت للتطوّر ومواكبة العصر لمواجهة المنافسة المحتدمة، فغيرت أنماط برامجها وايقاعاتها، ووصلت بدورها إلى البثّ الفَضائي والتقنيَّة الرقمية لِتستمر في تأدية دورها الذي لم تتمكَّن الوسائل الأخرى من أنْ تسلبه منها.

ومن المؤكد أنَّ التقدّم الحَقيقي لا يُبنى على الأجهزة المجرّدة، بل يقوم أساساً على الرسالة الاتصالية التي تحملها، المتمثلة هنا بالبرامج ومضمونها، والتي تعتمد بدورها على مدى قربها من حاجات الجمهور ورغباته، ما يولي أهمية كبيرة لأساليب البناء الفني لتلك البرامج بما تتضمَّنه من توظيف لعناصر متعدّدة.

انطلاقاً من ذلك، ولأَنَّ البناء الفنّي للفنون الإذاعية لم يُدرس بالقدر الكافي، فقد جاء هذا الكتاب ليتصدّى لدراسة البناء الفنّي للريبورتاج الإذاعي، ذلك أنَّ هذا الشَّكل من البرامج يتسع لكثير من الفنون الإذاعيَّة الأخرى، كما جاء اختيار مونت كارلو الدَّوليَّة لكونها من الإذاعات الدولية المتفرّدة التي تتمتع بجمهور واسع في الوطن العربي والعالم، كما أنَّها من الإذاعات التي يظهر فيها التطوّر التقني والفني بصورة سريعة وواضحة في برامجها التي تُبثّ على مدار الساعة، فضلاً عن إيقاعها الخاص والمميز عن سواها، ما جعلها في طليعة الإذاعات الدولية التي استقطبت الشباب العربي منذ انطلاقتها وحتى يومنا هذا.

ويُلاحظ على هذه الإذاعة اسْتخدامها تقنيّات حديثة في تسجيل وبثّ الريبورتاجات التي توظِّف فيها العديد من العناصر المختلفة، ما جعلها تميل أكثر إلى الشكل الفرنسي ولكن بلغة عربية، مُستهدفة شرائح المجتمع العربي كلّها بنسب متفاوتة، ومستخدمة أنواعاً مختلفة من القوالب الفنية والأساليب المتجددة لبناء الريبورتاجات وفق العوامل المؤثرة في ذلك، والضوابط التي وضعتها الإذاعة بهذا الخصوص لضمان تقليل ملل الجمهور ودفعه للاستمرار في الاستماع.

ويتناولُ هذا الكتاب ما تعارف الصحفيون على تسميته بـ (التحقيق) وأسميناه بـ (الريبورتاج) سواء أكان مكتوباً أم مذاعاً أم مرئياً، ذلكَ أنَّ استخدامنا لهذا المصطلح ينطلق من كونه أكثر شمولية، لاسيما في التغطية المباشرة للأحداث، كما أنه يوظّف من العناصر ما هو أكثر.

كما يدرس الريبورتاج الإذاعي بوصفه قالباً فنياً بأسلوب يتَّسم بالعمق استناداً إلى التحليل العلمي والمزج بين النص المكتوب والعناصر الصوتية الأخرى بأشكالها المختلفة.

ويأتي هذا الموضوع مواكباً للتطورات التي شهدتها الأشكال الإعلامية التي أخذت أبعاداً جديدة بحكم التقدم الهائل والسريع في تكنولوجيا الصحافة المقروءة والمسموعة والمرئية، في عصر التقنية الرقمية التي زحفت على وسائل الاتصال بلا استثناء، تلك التقنية التي أتاحت أعلى درجات الجودة والإتقان والوضوح، ما جعل من الاستماع إلى الإذاعة متعة وفائدة في عصرٍ اتسم بتعددية وسائل الاتصال وسيطرة ثقافة الصورة.

لقد حصلت تطورات إجرائية وفنية في بناء وصياغة البرامج الإعلامية في القنوات الاتصالية الجماهيرية كافة في السنوات العشر الأخيرة، كما تحققت خطوات تكنولوجية في نقل هذه البرامج، وكانت الإذاعة من بين الوسائل الاتصالية الأساسية التي انتفعت من تلك التطورات ولا سيما الإذاعات الدولية. وبما أنَّ الريبورتاجات الإذاعية التي تبثها إذاعة مونت كارلو الدولية تُذاع على صعيد العالم كله، وتستهدف قضايا عربية في أحيانٍ كثيرةٍ، فضلاً عن تعرضها لقضايا دولية مختلفة بعضها ذات علاقة بقضايا العرب والمسلمين، وان هناك كماً كبيراً من الريبورتاجات التي تُبثّ بشكلٍ شبه يومي، لكنها لم تُدرس من ناحية بنائها الفني على حد علم الكاتب، إذ إنَّ غالبية الدراسات الإعلامية تناولتها من جانب تحديد مضامينها واتجاهاتها، وإذا ما أخذنا بالحسبان أن تلك الريبورتاجات قد استحوذت على اهتمام واسع من الجمهور العربي، ما يؤكد أنها تستخدم كإحدى القنوات المهمة لإيصال توجهات الإذاعة إلى هذا الجمهور، لذا وجدنا أنَّ تحليل هذه الريبورتاجات من أجل تحديد أساليب بنائها المستخدمة، يشكل أحد جوانب العمل العلمي لفهم الريبورتاج الإذاعي وتشخيص مكوناته، لا سيما أنَّ المعرفة العلمية بالبناء الفني للريبورتاجات الإذاعية تساعد في بلورة تصور علمي عن الآثار التي تخلفها تلك الأساليب والقوالب في نفوس الجمهور وعقولهم، فضلاً عن أنَّ البحوث والدراسات المستندة إلى مناهج البحث العلمي وأدواته يجعلها بعيدةً عن الانطباعات الشخصية والأحكام الجاهزة.

وتأتي أهمية البناء الفني للريبورتاج الإذاعي من كونه معني بسباكة شكل الريبورتاج، لا سيما أنَّ المعنيين بالعمل الإعلامي قد أولوا الشكل اهتماماً ملحوظاً، انطلاقاً من أنَّ جزءاً كبيراً من تأثيرات المادة الإعلامية يرتبط بشكلها أكثر من

مضمونها، كما أنَّ أغلب الأشكال الفنية تجري صياغاتها استناداً إلى معطياتٍ تولَّدت نتيجة خبرات متراكمة وليس في ضوء عمل علمي، ومع أنَّ تلك الخبرات قد قادت إلى نتائج تبدو صحيحة، لكنها من دون شك قد استغرقت الكثير من الوقت لتتبلور في وضعها الحالي، فضلاً عن عدم التيقن منها علمياً.

إنَّ اهتمامنا بدراسة فن الريبورتاج الإذاعي من ناحية البناء الفني والخواص والمميزات الوظيفية للعمل الإذاعي، وهو ما يؤكد الشكل الأخير لهذا الفن الإذاعي، يأتي من أنَّ تحديد الشكل يرتبط أولاً وأخيراً بما يتضمنه الريبورتاج من قدرة على تقديم الأحاديث الحية وخلق اللوحات الصوتية المعبرة سواء أكان ذلك معتمداً على كلمات كاتب الريبورتاج أم العناصر الأخرى، وعلى هذا فإننا نحاولُ في هذا الكتاب الوصول إلى عدة أهدافٍ تتمثل في التعرف على الأساليب الفنية المستخدمة في بناء الريبورتاج الإذاعي، وتحديد العناصر المستخدمة فيه ومدى توظيفها في بنائه.

الفصل الأول

الريبورتاج الإذاعي..

مفهومه، عناصره وأنواعه

مفهوم الريبورتاج الإذاعي

يَرجِعُ أصلُ كلمةِ (ريبورتاج Reportage) إلى الفعلِ اللاّتيني (reporter) ويعني نقلَ أو تَسْليمَ أو إعطاء، وتأتي كذلكَ بمعنى الإعلام عَنْ شيءٍ أو التقرير عن مُجرياتِ ذلك الشيءِ. ويقولُ بعضُ المُختَصِّينَ في مَجالِ الاتصالِ إنَّ مُصطلَح (Reportage) ينقسمُ على ثلاثةِ مقاطع (Re – port – age) ويعني إعادة نقلَ السلعِ مِنْ ميناءٍ إلى آخر، وقد استَخدَمَت الصحافةُ هذا المُصطلح وَطوَّرَتْهُ بحيث أصبحَ يعني عملية إعادة ونقل الحَدَث أو الحديث أو الصورة بزواياها المختلفةِ مِنْ مكانِ الحَدَثِ إلى المتلقِّي.

اللُّغةِ الفَرَنسيَّةِ تُلفظ الكلمة (Le reportage) بمعنى تَقْريرٍ مُصَوَّرٍ أو تَقْريرٍ بالصُّوَرِ، أما في اللغةِ الإنجليزية فَيُطلقُ عليهِ (photo feature article) ومعناها الحرفيّ مقالة المعالم المصوَّرةِ.

وقد نُقِلَ معنى كلمةِ (Reportage) إلى اللُّغَةِ العَرَبيَّةِ بأشكالٍ عدَّة، فَهُناكَ مَنْ يرى أنَّ الكلمةَ تعني بياناً وصفيَّاً أو بياناً صحفيَّاً، فيما ترجمتها المُعجَماتُ الإعلاميَّةُ (تحقيق صحفي) وجاءَ في معناها: التحقيقُ الذي يتولاّهُ الصحفيُّ عَنْ موضُوعٍ يهتمُّ بهِ الرَّأيُ العام[1]، وتعني كذلكَ (تَحريرٌ إعلاميٌّ) وَ (تَحريرٌ إقناعيٌّ) وَ (تحقيقٌ صحفيٌّ بالفيلم)[2].

وَقَد وَرَدَتْ كلمةُ (تحقيق) في اللُّغَةِ العَرَبيَّةِ بمعنى (حقَّ الأمرَ وأحقَّهُ)، أي تحقَّقَهُ وَصارَ منهُ على يقينٍ، و(تَحَقَّقَ) عندهُ الخبرُ (صَحَّ)، و(حَقَّقَ) قولهُ وظنَّهُ (تحقيقاً) أي صَدَّقَهُ، وكلامٌ (مُحَقَّقٌ) أي رصين[3]. وتحقَّقَ الرَّجلُ الأمرَ أي تَيَقَّنهُ. وحَقَّقْتُ الأمرَ أحقُّهُ إذا تَيَقَّنتُهُ أو جعلتهُ ثابتاً لازماً، والأمرُ تَحَقَّقْتهُ وتيقَّنْتهُ وفلانٌ أثْبَتَهُ، و(حَقَّ) الأمرُ – حقَّاً، وحقوقاً: صَحَّ وصَدَقَ. ويقال: يَحِقُّ عليكَ أنْ تفعلَ كذا: يَجِب. ويحقُّ لكَ أنْ تفعلَ كذا: يَسُوغ. وهوَ حقيقٌ بكذا: جدير. والأمْرَ حقَّاً: تَيَقَّنَهُ وصَدَّقَهُ. والعُقْدَةُ: أحكمَ شدَّها (حَقَّ) لهُ أنْ يفعلَ كذا: حقَّ. وفي القرآن الكريم:(وأذِنَتْ لِرَبِّها وَحَقَّتْ)، ويقال: حَقَّقَ المخطوط: أحكمَ فحصه[4]. وَقِيلَ: حَقَّ الله الأمرَ حقَّاً: أثْبَتَهُ وأوجَبَهُ. وحقّ الأمرُ بنفسهِ حقاً وحقوقاً، وقالَ الكِسائي: حقَّقْتُ ظنَّهُ، مثل حقَّقْتهُ، وحقَّقْتُ الأمرَ وَأحْقَقْتهُ: كنتُ على يقينٍ مِنهُ. وحقَّقتُ الخبرَ فأنا أحُقُّهُ: وَقَفْتُ على حَقِيَقَتِهِ. ويقولُ الرَّجُلُ لأصحابهِ إذا بَلَغَهم خَبَراً فَلَمْ يَسْتَيقِنُوه: أنا أحقُّ لَكُم هذا الخَبَر، أي أعلَمُهُ

لَكُم وأعرفُ حَقِيَقَتُه. وهكذا تَظْهَرُ لنا الدَّلالةُ اللّغويَّةُ لكلمةِ (تَحقيق) على إنَّها تسعى إلى (اليَقينِ) مِنَ الأُمُورِ، والوقوفِ على حَقيقَةِ الخَبَرِ[5]، فمعنى التَّحقيقِ في اللُّغَةِ هُوَ الكشفُ عَنِ الحقائقِ وَتَوضيحَها والتأكُّدِ مِنْها عَبْرَ التقصِّي والمُتابَعَةِ والمُلاحَظةِ، وحَقَّقْتُ الخبرَ وقفتُ على حقيقتهِ، وكلامٌ مُحَقَّقٌ: مُحكم النظم[6]، فالحقائقُ تَسْتَمِدُّ أهَميَّتَها مِمّا يَسْبِغُهُ التفسيرُ عليها، وهكذا يَغْدو التحقيق الصحفي (أي الريبورتاج) فناً مِنْ فِنُونِ الوصُولِ إلى الحَقائقِ حَولَ مَوضُوعٍ مِنَ المَوضُوعاتِ، وَعَرضِ هذهِ الحقائق على الجُمهُورِ.

وَتُطلقُ هذهِ الكلمةُ في الصَّحافةِ المَطبُوعةِ وفي مَحَطّاتِ الراديو وقَنَواتِ التلفزيون على نَوعٍ مُعَيَّنٍ مِنَ المواد الصحفيَّةِ والبَرامِجِ الإذاعيَّةِ، لَهُ سِماتهُ وأغراضهُ الخاصَّة. وقد ارتبطَتْ الكلمةُ بِالصَّحافَةِ المَطبُوعَةِ أصلاً، ففي قامُوسِ (روبر) الفرنسي نَجِدُ تَفْسِيراً لكلمةِ (ريبُورتاج) بأنَّها (مقالٌ أو مَجْموعةُ مقالاتٍ يروي فيها الصحفي بِصِفَةٍ حَيَّةٍ ما شاهدهُ وما سمعهُ)[7]. وَأَوَّلُ مَنْ اسْتَخْدَمَ هذهِ الكلمةِ في العَصْرِ الحديث هُم الإنكليز، إذْ كانُوا يُطلقُونَ اسم الريبورتاج على أخبارِ الجلساتِ في البَرلمانِ، وَكانَ كُتّابُ تِلْكَ الريبورتاجات يَحضرُونَ تِلْكَ الجَّلسات ضِمْنَ مُمثلي الصَّحافةِ.

ويُعد الريبورتاج (صُورةً مِنْ صُوَرِ الحياةِ الواقعيَّةِ صِيغَتْ في قالبٍ صحفيٍّ لا أدبيٍّ واستعانَ المُحرِّرُ في صياغتها بِتَجاربِهِ وَتَطلُّعاتِهِ وَمُراجعاتِهِ وتَحرُّكاتِهِ واتِّصالاتهِ)[8].

وهناكَ مَنْ عَرَّفَ الريبورتاج بأنهُ (استطلاعٌ للوقائعِ والأحداثِ ولجميع الأشخاصِ الذينَ لَهُم صِلَة بِهذهِ الوقائع والأحداث وتفسير الظروف والمُلابسات التي تحيطُ بها والعوامل المُؤثِّرة فيها والحُكْم عليها وتقديم الحلولِ المُناسبةِ للمُشكلةِ أو الواقِعَةِ التي يتناولها)[9]، فالريبورتاج هو (شكلٌ إعلاميٌّ خاصٌّ بِسَرْدِ الحَوادثِ المُختلفةِ ذاتِ الطابعِ المُثير)[10]، و(هُوَ الفَنُّ الذي يَسْتَهْدِفُ فَضْحَ التصرفاتِ غير السَّليمةِ وَكَشْفِ انتهاكاتِ القانُونِ أو النظام أو معاييرِ السلوكِ التي يقومُ بها الأفرادُ أو المُؤسَّسات)[11]، فَهُوَ ليسَ مُجَرَّد مَجمُوعَةٍ مِنَ الحقائقِ التي يُكشفُ النقابُ عنها، إنَّهُ يتجاوزُ مُجَرَّد التعرُّف على المُشكلةِ في إطارِ الحدودِ القائمةِ، ليطلبَ مِنّا، بدلاً مِنْ ذلكَ، إعادة التفكير في المُشكلةِ كقضيَّةٍ كُليَّةٍ.

وقد عرَّفهُ بعضُ المُتَخَصِّصين بأنهُ (أخبارٌ تتعلقُ بحادثةٍ معينةٍ أو مُشكلةٍ ما، يجري فيها التحقيقُ عَن الأسبابِ المَوضُوعيَّةِ لِوقُوعِها وَعَنْ بيئتها المَوضُوعيَّةِ المُحيطَةِ بها

وجميعِ الجَّوانبِ المُتعلّقَةِ بِالحَدَثِ والتي تهمُّ المُستقبِل أو يرغبُ المُستقبِل في معرفتها)[12]. ووَصَفهُ بعضُهم بأنَّهُ (البحثُ النشيطُ والمُباشر في تناولِ الأخبارِ ويتمُّ ذلكَ بِطُرُقٍ مُختلفةٍ تَبَعاً إذا كانَ الخَبَرُ مُتَوَقَّعاً أو مُفاجِئاً)[13]، وهو يُعَد كذلك (استجلاء حقيقةٍ منَ العالم المُحيط بنا ومُعالجتها بأسلوبٍ واقعيٍّ وَجَذّابٍ)[14]، فَهُوَ (مادَّةٌ إعلاميَّةٌ تُعطي المُستمعَ تَصَوّراً جَليَّاً حَولَ ما يجري مِنْ أحداثٍ يُشاهِدُها الصحفيُّ بِعينهِ أو المُشتركون فيها)[15]. إنهُ ليسَ مُجَرَّد نَقْلٍ للوقائع، بَلْ (بَحْثٌ عَنِ الأسبابِ وكَشْفٌ للخفايا واستخبارٌ عَنِ الأبعادِ واستقصاءٌ للنتائجِ)[16]، وهُناكَ مَنْ وَصَفَهُ بِأنَّهُ (تقريرٌ بالصورةِ يقومُ بإجرائهِ صحفيٌّ مُحترفٌ بِهَدَفِ كشفِ جَوانبِ إحدى المشاكل، وإثارةِ انتباهِ الرَّأي العام مِنْ حَولِها)[17]. ويُعَد الريبورتاج (الدَّعامة التحريرية للصحافةِ المُصوَّرةِ، وَهُوَ المادَّةُ التي يُمكنُ أنْ تَسْتَوعِبَ بِبَساطةٍ كُلَّ الفنُونِ الصَّحفيَّةِ الأُخرى)[18]. إنهُ عبارةٌ عَنْ (بحثٍ علميٍّ عَن الخَبَرِ يقومُ بِهِ المُحَقِّقُ الصَّحفي)[19]، مهمتهُ (تناول حالاتٍ معينةٍ بالذاتِ لها صِلَةٌ بِالمُجتمعِ أو بالرَّأي العام)[20]، إذْ إنهُ يقومُ بعمليةِ (تسليطِ الضَّوءِ على فِكْرَةٍ أو مُشْكِلَةٍ أو ظاهِرَةٍ آنِيَّةٍ إيجابيَّةٍ أمْ سلبيَّةٍ مِنْ خِلالِ تناولِها بِالشَّرحِ والتَّحليلِ بِالاسْتِعانَةِ بِالأشْخاصِ الذينَ يَقَعُونَ في دائِرتِها)[21]. وَهُوَ (يعكسُ لنا الحقائقَ بِعُمْقٍ ويُعالجُها بِشَجاعَةٍ ساعياً للتأثيرِ على المُستمعِ بِنشاطٍ وَبِلُغَةٍ جذّابةٍ مُؤَثّرَةٍ)[22]، ويُوصَفُ بأنَّهُ (حَديثٌ وصفي عن حادثةٍ ما أو مناسبةٍ مُنذُ بدايتها حتى نهايتها)[23]، أي إذا لم يكن هناكَ حَدَث أو مُناسبة فليسَ هُناكَ ريبُورتاج، فَهُوَ (يشرحُ ويُفَسّرُ وَيَبْحَثُ في الأسبابِ والعواملِ الاجتماعيةِ أو الاقتصاديَّةِ أو السياسيَّةِ أو الفكريَّة الكامنةِ وراء الخَبَرِ أو القضيَّةِ أو المُشكلةِ أو الفِكْرةِ أو الظّاهِرَةِ التي يدورُ حَولها)[24].

والريبورتاج يشملُ جميعَ المعلُوماتِ التي تشعرُ الإذاعةُ أنَّ المُستمعينَ بحاجةٍ إليها، أو أنَّها تُوضِّحُ وتُفَسّرُ خَبَراً مُهِمَّاً يُؤثّرُ في حياةِ الناسِ ونشاطهم، وَهُوَ (تغطيةٌ تحريريةٌ تُضيفُ المزيدَ إلى خبرٍ جديدٍ أو تتناولُ موضُوعاً قديماً أو مشكلةً مُهِمَّةً وتكونُ أكثر مِنْ مُجَرَّدِ قِصَّةٍ أو تقريرٍ عنهُ، تُقدّمُ آراء مَنْ يتصلونَ بهِ عَنْ قُربٍ أو يثقُ الجمهورُ في دِرايتهم بجوهرِهِ، معَ جوازِ تقديمها لرأي المُحرّرِ أو وجهةَ نَظَرِ الوَسيلةِ الإعلاميَّةِ)[25]، فإذا كانَ (الخبرُ عبارة عَنْ سردٍ موضوعي دقيقٍ للحدثِ، فالريبورتاج هُوَ تفسيرٌ وتعليقٌ وإيضاحٌ لهذا الحَدَث)[26].

الريبورتاجُ الإذاعيُ (فَنٌّ يقومُ على التفسيرِ الاجتماعيِّ للأحداثِ وللأشخاصِ الذينَ اشتركوا فيها)[27]، إذ إنَّهُ (تحليلٌ واقعي للأحداثِ والمشاكلِ التي تُواجِهُ المُجتمع، وتحليل نفسي للأشخاص الذينَ يتَّصلون بهذهِ الأحداثِ، وتحليل موضوعي للأبعادِ والظروفِ التي تُحيطُ بها، مُدعماً بِالمعلُوماتِ والشَّواهدِ والآراءِ)[28]، وَهُوَ (فَنٌّ يقومُ على خَبَرٍ أو فِكْرَةٍ أو مُشكلةٍ أو قَضيَّةٍ، يلتقطُها الصحفي مِن المجتمع الذي يعيشُ فيهِ، ويقومُ بجمعِ مادَّتهِ مِنْ بياناتٍ أو معلُوماتٍ أو آراءٍ، ثُمَّ يُزاوجُ بينها للوصُولِ إلى الحَلِّ الذي يراهُ صالحاً لعلاجِ المشكلة أو الفِكرة التي يطرحُها)[29]، والريبورتاج (فعلٌ ميداني قبلَ أنْ يكونَ في آخرِ الأمْرِ نَصَّاً مكتُوباً، أو صَوتاً مَسْمُوعاً، أو صُورةً مرئيَّةً، فَهُوَ ليسَ تقريراً ذهنيَّاً يُكتَبُ على طاولةِ التَّحريرِ في لحظاتِ تأمُّلٍ أو تفكيرٍ، كما يحدثُ معَ المقالِ، بَلْ هُوَ تقريرٌ عَنْ حَدَثٍ عاشَهُ أو رافَقَ تفاصيلهُ الصحفي بِصُورةٍ واقعيَّةٍ، أي شاهدهُ وسمعهُ قبلَ أنْ ينقلَ أحداثهُ كتابةً، فَهُوَ عَمَلٌ وظيفي مُتداخلُ العناصرِ)[30].

ونلاحظُ مِنَ التَّعريفات المُتعَدِّدةِ إنَّها لم تستقر على تعريفٍ مُحَدَّدٍ، لكنها إجمالاً أكَّدَتْ على مجموعة من النقاط المشتركة يمكن توظيفها لتحديد تعريف شامل للريبورتاج بكونه: فَنٌّ يستوعبُ الفنُونَ الأخرى للتَّحريرِ الصحفي، وَهُوَ مادَّةٌ يعدُّها الصحفي عَنْ حَدثٍ أو شخصيةٍ أو موضوعٍ على أكبرِ قَدرٍ مِن المعلوماتِ الظاهرةِ والخفيَّةِ، ويُحاولُ في النهايةِ إيجاد حلولٍ ومُعالجاتٍ لها.

نشأة الريبورتاج الإذاعي وتطوره

يُعد الريبورتاج مِنْ الفنُونِ الصحفيَّةِ المهمة، وقَد بدأ في الصحافةِ المقرُوءةِ ثُمَّ انتقل إلى الإذاعةِ المسموعة وبعدها إلى التلفزيون، وَهُوَ مِنْ أكثرِ الفنُونِ الصحفيةِ قُرباً للجمهورِ على اختلاف أجناسهم ومستوياتهم، ويُعد فناً جديداً في الصحافةِ الحديثةِ، نشأ نتيجة الحاجة إلى استقاء المعلوماتِ التي تَزايدَتْ معَ تطوُّرِ المُجتمعِ الحديثِ، وعلى الرُغمَ من أنَّهُ ظَهَرَ في النصف الثاني من القرن التاسع عشر، لكنهُ لم يُسْتَخْدَم على نطاقٍ واسعٍ إلاّ في مطلعِ القرنِ العِشرين، وإنْ كانَ هُناكَ مَنْ يقولُ أنَّهُ عُرِفَ قبل ذلكَ بقرنٍ كاملٍ على الأقل.

ويُمكنُ اعتبار ظهُور الكتاباتِ التوثيقيَّةِ للعُصُورِ القديمةِ نَوعَاً بِدائيَّاً للريبورتاج،

إذْ يَروي لنا التاريخ أنَّ الملك تُحُتْمُس الثالث* كانَ يصطحبُ معهُ في حَمَلاتِهِ الحربيَّةِ كُتّاباً يُسجلون الأحداث العسكرية، كما عُثِرَ على أوراق البردي التي تروي حوادثَ البطولةِ، والفتن الداخلية، والمؤامرات، في قصُور الفراعنةِ. وتمتدُّ جُذُورُ الريبورتاج بشكلٍ خاص إلى أدبِ الرحلاتِ**، فكتاباتُ ابن بطوطة وابن فضلان وابن جُبير والجاحظ والمسعودي، كانتْ تتميزُ بالوصفِ والحوارِ، وما صاحبَ ذلكَ مِنْ بلورةٍ لانطباعاتٍ شخصيَّةٍ، وإصدارِ أحكامٍ تقويميَّةٍ لِما شاهدوهُ أو سمعوهُ، ما يجعلُ لها صلةً بهذا الفن، ونرى ذلكَ أيضاً في كتابِ عبد اللطيف البغدادي (الإفادةُ والاعتبارُ في الأمورِ المُشاهَدَةِ والحوادثِ المُعاينةِ بِأرضِ مصر)، إذْ وصفَ فيهِ مصرَ خلال القرنِ الثالث عشر الميلادي[31]، فضلاً عَنْ آخرينَ اشتهروا بأدبِ الرحلاتِ وتُمثلُ كتاباتهم في خَصائِصِها هذا اللَّون الصَّحفي خيرَ تمثيل***، كما يمكنُ اعتبار البدايات الأولى للريبورتاج صادرة عَنْ قصصِ التُجّارِ والبَحّارَةِ والمُسافرين والفُرسان التي وَرَدَتْ في رسائِلهم وتَضَمَّنَتْ معلوماتٍ عَنْ أحداثٍ مُهمَّةٍ، وكانت مُوجَّهةً إلى مجمُوعاتٍ مِنَ النّاسِ (البلاط أو هيئات التجار)، وكذلك رحلات الرحّالة الايطالي (ماركوبولو)، وكتابات (سنايدرز) و(موريس) عن حرقِ الساحراتِ عام 1587.

وقد ظهرت ملامحُ هذا الفن في الكتاباتِ الصحفيةِ الأولى التي نشرتها الصحافةُ الأوربيةُ والعربيةُ وأخذتْ شكلَ السَّردِ الأدبي والجانبِ الوصفيّ للرِّحلاتِ والأماكنِ والمُدنِ، وكذلكَ المقالات التي كانت تهتم بِذِكْرِ المَعالم والتَّفسيرِ والإيضاحِ عَنْ مُختلفِ جَوانبِ الحياةِ. وفي هذا المجال ظهرت الكثيرُ مِنَ الكتاباتِ الصحفيةِ قريبة الشَّبَهِ بِفنِّ الريبورتاج الحالي، فالحملةُ الفرنسيةُ على مصر أصدرتْ صَحيفة (Le courier de L′Egypt) أي (بريد مصر)****، واحتوَتْ على ريبورتاجاتٍ صحفيةٍ تَضمَّنَتْ وَصفاً لساحاتِ القتالِ وحفلاتِ نابليُون، وتفاصيل الزياراتِ التي كانَ يقومُ بها للعُلماءِ ورجالِ الدِّينِ في مصر، كما أنَّ الصحيفة الثانية (La Decade Egyptienne) أي (الصحيفة العشرية)*****، التي أصدرها نابليون بونابرت تَضمَّنتْ هي الأخرى ريبورتاجاتٍ صحفيةٍ، وكانَتْ مجلةُ (اللطائف) الصادرة عام 1886 في مصر مُتَخَصِّصَةً في نشرِ الريبورتاجاتِ الطريفةِ المدعُومةِ بالصُّوَرِ والدراساتِ الجادَّةِ.

ومعَ ذلكَ فإنَّ الكثيرَ مِنْ الباحثين يذهبُ إلى أنَّ بداية ظُهُورِ الريبورتاج الصحفي يرتبطُ بظهُورِ هذا النوع في الجرائد الإنكليزية نهاية القرن التاسع عشر على يَدِ

الصحفي الإنكليزي (ديفو) الذي يُعد أوَّلَ صحفي مارسَ هذا اللون من فنُونِ التَّحريرِ في الصَّحافةِ، وجاءَ بعدهُ الصحفي الإنكليزي (نورث كليف) عام 1896 ليجعلَ مِنْهُ مادَّةً صحفية أساسية في جريدتهِ الشعبية (الديلي ميل)، وكان لهذا الفن أثرهُ في التأييدِ الكبيرِ الذي نالتهُ الصَّحافةُ الإنكليزيَّةُ مِنْ جانبِ القُرّاء في الأوقاتِ المُضْطَرِبَةِ التي عاشَتْها إنكلترا، لاسيما فيما يخصُّ نَشْرَ المواضيعِ السياسيَّةِ والمُناقشاتِ البرلمانيَّةِ عَبْرَ ريبُورتاجاتٍ صَحَفِيَّةٍ.

لقد بدأ ظُهُورُ الريبورتاج في الصَّحافةِ مع تطوّرِ الصَّحافةِ وتنامي الثَّورةِ الصناعيَّةِ ونشُوءِ السُّوقِ الدَّوليَّةِ والحضارةِ الشّامِلَةِ وتَطَوّرِ المُواصلات، فَقَد أدَّتْ الحاجةُ للمعلوُماتِ إلى خَلْقِ الصَّحافةِ وفنُونِها بِمَفْهُومِها المُعاصرِ بما في ذلكَ فَنُّ الريبورتاج، وَيَعُودُ الفَضْلُ في ظهُورِ الريبورتاج ثُمَّ تَطَوّره وانتشاره حتَّى صارَ أحد الفنُونِ الرَّئيسةِ في الصَّحافةِ العالميَّةِ، إلى انتشار التَّعليمِ وظهُورِ الأفكارِ الدّيمقراطيَّةِ بما تَعنيهِ مِنْ حُرّيَّةِ المُناقشَةِ وَحُريَّةِ الرَّأي. ثُمَّ جاءَ تَقَدّمُ الفِكْر الاجتماعي بما يَعنيهِ مِنْ تنبيهٍ للأذهانِ إلى ما يحيطُ بها مِنْ قضايا ومشاكل اقتصادية وسياسيَّة وغيرها، وهُوَ الأمرُ الذي دفعَ النَّاسَ إلى العمَلِ مِنْ أجْلِ تغييرِ واقعهم الاجتماعي إلى الأفضل. وقد كانَ الريبورتاجُ هو أحدُ الأدواتِ الصَّحفيَّةِ المُهمَّةِ لمُناقشةِ هذهِ المشاكل والقضايا الاجتماعيَّة بِصُورَةٍ موضُوعيَّةٍ وَحُرَّةٍ، وطُرِحَت العديدُ مِنَ الحلول لِتلكَ المشاكل مِنْ خلالِ الريبورتاجاتِ التي استهدفت الوصُولَ إلى مُجتمعاتٍ أفضل. غيرَ أنَّ الريبورتاج الصَّحفي لَمْ يَتَطَوَّر وَيْنَتشر بشكلٍ واسعٍ إلاّ بعدَ ازدهار فَنّ طِباعةِ (الرتوجرافور) أو فنّ الطباعةِ الغائِرَةِ وهو الأمرُ الذي ساعدَ على ظهُورِ الصُّحفِ والمجلاّتِ المُصَوَّرةِ.

وبعدَ اندلاعِ الحربِ العالميَّةِ الأولى كانَتْ أخبارُ المَعارِكِ وسيرها وحياةُ الجنُودِ في جَبَهاتِ القِتالِ مادَّةً ثريَّةً شَغلتْ حَيّزاً واسعاً في الصحافةِ الأوربيةِ، وكانتْ تِلْكَ الكتاباتُ تأخذُ أشكالاً صحفيَّةً قريبةً مِنْ الريبورتاج الصحفي الحالي، إذْ كانَ للحُروبِ تأثيراً كبيراً على الفنُونِ الصحفيةِ لاسيما الريبورتاج، فقد وَحَّدَتْ أحداثُ الحربِ التي عاشها الملايينُ بينَ الجَّميعِ، فأصبحَ القارئُ نفسهُ يَعيشُ تلكَ الأحداث، وانتقل هذا الشعورُ إلى أولئك الذينَ لَمْ يُشاركوا في تلك الحرُوب، ومِمّا عَمَّقَ هذا الاتّجاه هو حُبُّ الناسِ إلى الدقَّةِ ومعرفةِ الحَقائقِ والتفاصيلِ.

واحتل الريبورتاج الصَّحفي مكانةً لا بأسَ بها في الصَّحافةِ العربيةِ مُنْذُ بِدايتها،

وتشيرُ الأبحاثُ في هذا الجانبِ إلى أنَّ بداياتِ الريبورتاج الصحفي كانَتْ على شكلِ تقارير تناولتْ مُختلف جوانبِ الحياةِ، ثُمَّ دخلت الصُّورةُ إلى جانبِ التقريرِ ليُعطي استعمالها شكلاً مِنْ أشكالِ الريبورتاج الصحفي المقروء.

وفي العراقِ تُشيرُ الرواياتُ إلى أنَّ استخدام الريبورتاج الصحفي كان في عام 1912 مِنْ خلال صحفي عراقي قامَ بِالتَّنَكُّرِ بِزَيِّ حَمَّالٍ ودَخلَ مدينة عبّادان ونقلَ صورةً حيَّةً عَنْ مجالاتِ الحياةِ في هذهِ المدينةِ، نُشِرَتْ في الصَّحافةِ العراقيَّةِ وأخَذَتْ عنها بَعْضُ الصُّحُفِ العَرَبيَّةِ.

أمّا في الإذاعةِ المسمُوعةِ فتشيرُ الدراساتُ إلى أنَّ أوَّلَ استعمال للريبورتاج يرجعُ إلى عامِ 1925 عندما بَثَّتِ الإذاعَةُ السوفيتية أوَّلَ ريبورتاجٍ حَيٍّ مُباشِرٍ على الهواء لمُناسبةِ الاحتفال بالذكرى السابعةِ لثورةِ أكتوبر.

وفي عام 1929 اندلعت الأزمةُ الاقتصاديةُ العالميةُ مِمّا حَفَّزَ الإذاعات على ضرورةِ الاهتمام برغباتِ جُمهُورِ المُستمعين بِشكْلٍ جدّي والاهتمام بحياةِ النّاسِ والمُجتمع، ومُوازَنةِ مواد البرامج بطريقةٍ تضمنُ تحقيقَ هذا الهدف، وكانَ ذلكَ من الأسبابِ التي دَفَعَتْ باتجاه تطوير الريبورتاج الإذاعي المسمُوع، إذْ عَمدتْ مُعظم الإذاعات في العالم، لاسيما الأوربية، إلى إجراءِ الريبورتاجاتِ الإذاعيةِ التي تتناولُ أسباب وقوع الأزمة وآثارها في حياةِ الشعوب وكيفية تجاوزها والحديث عمّا يتصلُ بهذا الموضوع الحيوي المُهم الذي يَمسُّ صُلبَ حياةِ الناسِ[32].

وكانَ للحربِ العالميةِ الثانية وويلاتها ومآسيها على شعُوبِ العالم الدورُ الأكبرُ في إغناء مسيرةِ الريبورتاج الإذاعي، فقد كانت الدولُ المُتحاربةُ تتقاتلُ بالإذاعاتِ إلى جانبِ قتالها الدّامي بالأسلحةِ والطائراتِ، مُحاوِلةً بِذلكَ إلحاقَ الهَزيمَةِ بِبَعْضِها عَنْ طريقِ الدِّعايَةِ. وكانَت تلكَ الحَربُ قَدْ دَفَعَت بِالريبُورتاجِ الإذاعي المَسْمُوعِ إلى التطوّرِ والانْتِعاشِ، فاشْتهَرَ هذا النوعُ مِنَ البرامجِ الإذاعيَّةِ في هيئةِ الإذاعةِ البريطانيةِ خِلال الحَربِ، وَظَهَرَتْ ريبورتاجات تُقدِّمُ صوراً لحياةِ الجنُودِ على جَبَهاتِ القتالِ بِكلِّ ما فيها مِنْ واقعيةٍ ومشاعر وأحاسيس، فضلاً عن التسجيلاتِ التي أجريت لحياةِ الناسِ وأحاديثهم واهتماماتهم خلفَ جَبَهاتِ القتالِ. وبعدَ انتهاءِ الحَرْبِ أصبحَ هذا الشكلُ البرامجي يُستَخدَمُ لتحقيقِ أغراضٍ مُتَعَدِّدَةٍ في مجالاتِ الإعلامِ المختلفة[33].

وفي الإذاعاتِ العربيةِ يُمكنُ تحديد ظهُور أوَّل ريبورتاج في إذاعةِ القاهرةِ عام

1952 إذْ نقلت الإذاعةُ احتفالاً شعبياً في ميدانٍ عام في العاصمةِ المصريةِ تخللهُ خطابٌ للرئيسِ المصري الرّاحل جمال عبد الناصر أمامَ جمُوعِ المواطنين المُحتشدين لِسَماعهِ، وقد نُقِلَ مُباشراً على الهواءِ وَسمعَ الجمهورُ خلالهُ صوتَ إطلاقِ النار على الرئيسِ، مِمّا جَعلهُ يُعَدُّ مِنَ الريبورتاجاتِ المُثيرةِ.

أما في العراقِ فَقَد ظَهَرَ الريبورتاجُ الإذاعيُّ مُنذُ السنواتِ الأولى لانطلاق الإذاعةِ العراقيةِ، ففي عام 1938 نَقلتْ إذاعةُ بغداد حفلَ افتتاح سدَّةِ الكُوتِ بِحضُورِ الملك غازي ونُقِلَ الحفلُ بِصَوتِ المُذيع حسين الكيلاني الذي أعدَّ ريبورتاجاً إذاعياً عَنْ مُجرياتِ الحفل. وفي عام 1939 نَقلتْ إذاعةُ بغداد ريبورتاجاً إذاعياً حَيَّاً عَنْ حفلِ وَضْعِ الحَجَرِ الأساس لجامعِ الشَّهيدِ في بغداد. وتبعَ ذلك ظُهُورُ هذا الفَن في الإذاعاتِ العراقيةِ واعتمادهُ في برامجها المُعتادةِ.

عناصر الريبورتاج الإذاعي

لقد قطعَ الريبورتاج الإذاعي شوطاً طويلاً في اتجاه مُعايشة المُستمع للأحداثِ بِصُورَةٍ حَيَّةٍ وقت وقوعها، أو نقل صورةٍ واقعية دقيقةٍ عنها مدعُومة بالوثائق والصور الصوتيةِ والمؤثرات المُختلفة، وصُولاً إلى اكتمال صُورةِ الحَدَثِ في سَمْعِ المُسْتقبِلِ، ليمتلكَ الريبورتاج التأثير الكامل على المُستمع ويخلق لهُ الجو المُلائم لاستيعابِ مضمُونهِ وتحقيقِ الأثَرِ المطلُوبِ.

فالإذاعةُ تتميزُ بخاصيَّةٍ فريدةٍ في اعتمادها على الصوتِ، بِكلِّ ما ينتجهُ مِنْ تأثيراتٍ عقليةٍ ووجدانيَّةٍ، سواء أكانَ صوتاً بشرياً للمتحدث، أو صوت الأشياء، أو أصوات الموسيقى، أو المؤثرات الأخرى، وتمنحُ كاتبَ الريبورتاج حُريَّة الانتقال الزماني والمكاني، وإنَّ أكثر الريبورتاجات الإذاعية نجاحاً هي التي تفسحُ مجالاً لِخيالِ الجمهُورِ، وتهيئ لكلِّ مُستمعٍ الفُرصَة لِيخلقَ ذهنياً صُورة المَشْهَدِ الذي حاولَ الكاتبُ تصويره[34]، فالريبورتاج الإذاعي يَتَمَكَّنُ، بالكلمةِ المَسْمُوعةِ المرتبطةِ بالموسيقى والمؤثرات الصوتيةِ، مِنْ عرض المعلوماتِ والأفكارِ بأسلوبٍ شَيِّقٍ يفهمهُ الجمهورُ، لكونه يتضمن الأحاديث، والوصف المؤثر، والأحداث، والمؤثرات غير المباشرة، والأفكار الخاصة، ومناقشات معد الريبورتاج، وتلك العناصر المختلفة كلها تتحد مع بعضها لتشكل

الصيغة النهائية التي تقدم للمستمعين. وهنا يأتي دور الأسلوب الإذاعي المتمثل في شخصية القائم بالريبورتاج، وقدرته على اختيار الألفاظ وبناء الجمل، والتعبير الصوتي، ودقة الملاحظة، والقدرة على الوصف، والمهارة في الربط بين التسجيلات الصوتية المتنوعة، وإعطاء صورة متكاملة عن الموضوع الذي يتناوله.

إن مهمة الريبورتاج لا يمكن تحديدها بوصف الحوادث فقط، إذ يفترض أن يقدم لوحة صوتية فنية مثيرة، وهذا لا يمكن تحقيقه بدون وجود نصوص مهيئة مسبقاً، بلغةٍ إذاعيةٍ تشمل الصوت والموسيقى والمؤثرات، وتغيب عنها الصورة واللون والحركة، مما يعطي للمستمع حرية التصور لكلامٍ ومدلولاتٍ لا حدود لها، ويرفق الموسيقى والمؤثرات بتصورات لا يعترضها عائق، إذ كلما خفَّ وجود وسائل إيضاح كلما دفعت المخيلة إلى لعب دورها الخلاّق.

إنَّ اللوحة الصوتية للريبورتاج الإذاعي كلٌّ متكامل، تُعد نتيجة تضافر جهود إبداعية وحرفية يمكن إجمالها في مجموعة عناصر، وبصرف النظر عن ترتيب أهميتها وأولوياتها، فإنَّ الشكل النهائي للريبورتاج لا يتكامل إلاّ بتكاملها أو جزء منها على الأقل، إذْ إنَّ تلكَ العناصر مُجتَمِعَةً تُساعدُ على تطوير فكرة الريبورتاج، وتضيفُ له حيوية، ولوناً، وديناميكية، وذلك كله يساعد على تنشيط استيعاب المستمع، وإنَّ الاستخدام الجيد لهذه العناصر، وتركيبها، وتوحيدها في إطار متجانس، يشكل البناء الدرامي للريبورتاج ويحقق له النجاح.

ويمكن تحديد العناصر الأساسية المكونة للريبورتاج الإذاعي بما يأتي:

1. الكلمة الحية (اللغة):

تعد الكلمة الحية المرتكز الأساس للريبورتاج الإذاعي، فلا وجود لريبورتاج إذاعي لا يتأسس على كلمة، مهما كان مضمونها، وتتمثل بالنص التصويري الذي يكتبه معد الريبورتاج، وهي وصف حي، أي تصوير الحوادث في أماكنها الحقيقية، وقد تستعمل تمهيداً متصلاً بالنص، وبالكلمة الحرة أو المرتجلة، وهذا ما يعبر عنه بالأحاديث المتبادلة، أو بتصوير الحوادث ووصف المناسبات.

وتوصف الوحدات اللغوية بكونها أدوات اتصال، وهناك نظرية شائعة منذ أرسطو تقول أنَّ لكل كلمة معنى، ما يفسر قدرة الكلمات على خلق معانٍ جديدة[35]، والكلمة المسموعة صلة الكاتب الأساسية بالمستمع، فهي غير حاضرة للمراجعة في الإذاعة،

ما يوجب أن تحمل في نطقها ومدلولها أكبر قدرٍ من الوضوح والدقة والتأثير، فهي سلاح الإذاعة وعن طريقها يمكن خلق صورة مختصة بها تُرسم في الأذهان، وإن طبيعة الإذاعة فرضت إيجاد فن جديد للكلمة المنطوقة هو فن مخاطبة الجماهير بطريقة أساسها الألفة واليسر والبساطة، وإيجاد أسلوب جديد لكتابتها يمكن تسميته بالأدب الإذاعي، فالكلمة المنطوقة يمكن ترجمتها داخل الذهن إلى صوت، ما يساعد على تكوين صورة ذهنية تجعل المستمع يرى ما يسمع، إذ يمكن خلق صورة ذهنية من خلال الأصوات.

إنَّ الكتابة للإذاعة عملية تنسيق معلومات وأفكار، وليست تدوين دفقات شعورية غامضة، والأسلوب الإذاعي لابد أن يراعي قواعد اللغة الإذاعية، فاللغة تجسد الأفكار وتعبر عن الإنجازات الفكرية للناطقين بها[36]، باعتبارها مرآة تعكس الفكر أو وسيلة للتعبير عنه وإيصاله أو تبادله، فالفكر لا يتولد من اللغة، ولكن اللغة هي التي تتولد من الفكر، ووظيفتها الأساسية أن تكون وسيلة لنقل العواطف والمعلومات أو سواهما من الأمور[37].

اللغة علم، مثل فروع العلم والمعرفة الإنسانية الأخرى، وهي كنواحي الثقافات الإنسانية كلها، عبارة عن نتاج لماضي البشرية، ومادة لمستقبلها[38]، وهي تمثل الإنسان الذي يستخدمها، وتعبر عن أفكاره وأحاسيسه ورغباته، وهي الأداة التي يستطيع عن طريقها الفرد أن يكون مؤثراً في المجتمع.

واللغة ليست هي الواقع، وإنما هي تبليغ عنه، أي أن الألفاظ واسطة إلى حقيقة الواقع، وليست الواقع بحد ذاته[39]. إنها الوعاء الذي يحوي معاني الرسالة وأداة فهمها، وهي فهم منظم ثابت يعبر به الإنسان عن فكرة أو إحساس، وتتحمل اللغة الإذاعية عبئاً كبيراً لاعتمادها على اللغة اللفظية أولاً، إذ يتوجب الالتزام بأسس الإلقاء، والتعبيرات الصوتية الأخرى، أما اللغة غير اللفظية فيها فتتمثل في الموسيقى والمؤثرات الصوتية[40]، والرسالة عبر الإذاعة تبدأ من كاتبها صاحب الفكرة أو المعلومة، الذي يختار اللغة المناسبة للتعبير عنها، وفقاً لطبيعة الإذاعة كوسيلة اتصالية، وكلها حلقات متصلة، متداخلة ومتكاملة، تكون في مجموعها عملية الاتصال بالجمهور. وتتجلّى إمكانية المُقدِّم الناجح للريبورتاج في قدرته على إثارة المستمعين، وذلك بمساعدة الكلمات ومضامينها، والصوت، والتلاعب بنبراته، ويجري

تطبيق هذا الأسلوب في الحالات التي تفتقر إلى تصوير حالة واضحة، وإبراز المعالم الباهتة لحدثٍ ما، فالأسلوب الإذاعي التعبيري هو الذي يجتمع الناس على فهمه ومحاكاته حين يتكلمون أو يكتبون، وقد وجد هذا الأسلوب طريقه إلى العالم بأسره[41]، وإنَّ لغة الإذاعة ترتبط بلغة تقنيتها التي تستخدمها، أي الصوت، وهنا يأتي دور الصوت الجيد لمذيع الريبورتاج، وهو الصوت القوي الواضح الخالي من العيوب أثناء النطق، وترتاح له الأذن، وذلك يتوقف على مهارة المتحدث نفسه من حيث نطق الكلام وسلامة مخارج الألفاظ، وتلوينه بما يناسب المعاني، وتقويته ومضاعفة تأثيره على المستمعين[42]، إذ إنَّ الصوت الإنساني يضفي على المعنى حضوراً قد لا يتوافر في نصٍّ مطبوعٍ، فالصوت يقوّي المعنى.

وتتميز لغة الإذاعة عن لغة الصحافة في أنَّ ألفاظها تصبح رموزاً صوتيةً وليست بصرية، وبذلك تكون أقل التزاماً بالشكليات من الكتابة للصحف، وتعد الاتحاد الحقيقي بين لغة الكتابة ولغة الحديث.

والإذاعة بوصفها وسيلة اتصال جماهيري، تتحمل مسؤولية في المحافظة على اللغة من الاندثار والذوبان، تحت تأثير اللغات الدخيلة، ما يجعل كاتب الريبورتاج مُطالَباً بإثرائها لتكون أداة وصل فعالة بين الوسيلة والجمهور.

ومن أهم سمات اللغة الإذاعية استخدام الألفاظ البسيطة الصحيحة والكلمات القصيرة المألوفة، وكذلك الوضوح والاقتصاد والسلامة، لتصل إلى الجمهور، مع مراعاة تقدير القيمة الصوتية للألفاظ والتدقيق في استخدامها وفي معرفة وقعها الحقيقي على الأذن، فتكون الجملة بسيطة التركيب، سلسة، مترابطة العبارات[43]، والابتعاد عن استخدام الألفاظ الغريبة غير المألوفة والتركيبات اللغوية الفنية الصعبة، لأنَّ الإذاعة تخاطبُ الفئات كلها على اختلافها وتعدد مستويات ثقافتها، ما يتطلب استبدال الكلمات الغامضة بأخرى واضحة، والطويلة بواحدة قصيرة، والغريبة بمرادف شائع، والصعبة بلفظٍ أسهل[44]، وأن تتضمن كل جملة شيئاً يثير اهتمام المستمع، كما أنَّ من النقاط المهمة في هذا المجال هو ما يتعلق بنقل المصطلحات الأجنبية، إذ يجب تحاشي اللجوء إلى كلماتٍ لا تتسم بالدقة، ما يشوه المفهوم المقصود بالمصطلح الأجنبي، بل يؤدي أحياناً إلى زرع مفاهيم خاطئة[45]، ولا شك في أنَّ اختيار الكلمة المناسبة الصحيحة من بين الكلمات الشائعة هو دليل على حرفية الكتابة[46]، وكلما كانت الرسالة موجزة، عَظُمَ تأثيرها.

إنَّ هدف الريبورتاج الإذاعي ليس نقلاً سريعاً للحوادث، بل الالتزام بتقديم أفكار مسؤولة في إطارٍ إذاعي مقبول وواضح وقادر على الإقناع، فصوت مذيع الريبورتاج يمارسُ تأثيرهُ على المستمع في حدود قواعد التكوين، وضمن أصول الإلقاء المعبر الصادق، ويعبر عن ذلك بالكلمات، وما تضفيه الطبقة الصوتية على مضامينها.

2. الأخبار:

الخبر حجر الأساس في أية وسيلة إعلامية بشكلٍ عام، وهو المادة الأولى لكل ما تتناوله الإذاعة من ريبورتاجات، إذ إنه يشبع الحاجة إلى المعرفة وحب الاستطلاع، ويشكل عنصراً أساساً للريبورتاج المقروء والمسموع والمرئي.

إنَّ الإعلام بمعنى الإخبار لا يقتصر على صيغة الأخبار الاعتيادية التي تذاع ضمن نشرات الأخبار، فهي تحتاج غالباً إلى تحليل واسع وتعليق عليها وشرح جوانبها ومضامينها وتفاصيلها، في مجالٍ قد لا يسمح به إطار النشرة الإخبارية، ففي حين أن محرر الأخبار تتجه موضوعاته إلى ما يراه، فإنَّ محرر الريبورتاج يبحث عن الأسباب الكامنة وراء القصة الإخبارية. وغالباً ما يكون الخبر المذاع مجزءاً على أكثر من نشرة إخبارية، ولا يمكن استيعاب كل الجوانب المتعلقة بالحدث، ولا شك في أنَّ بعض النقاط الواردة فيه تستدعي تحليلاً يشكل تمهيداً لإعداد ريبورتاج إذاعي، فيتبنى الكاتب طريقة ذاتية لتصوير الصفة الإنسانية في الموضوع، إذ إن الفرق بين الخبر والريبورتاج يكمن في الاختيار والمعالجة، ويتطلب ذلك من المحرر حصوله على معلومات إضافية عن الخبر أو وجهة نظر جديدة عن مضمونه، ما يمكنه من تطوير وتفسير معناه ضمن سياق الريبورتاج، وإذا كان الخبر يحمل إجابة عن أدوات الاستفهام الستة، فالريبورتاج يحاول الإجابة عن أداة الاستفهام (لماذا؟) فيقوم بتفسير الحدث والظروف المحيطة به ومكانه وزمانه ودوافع حدوثه والعناصر المشاركة فيه. وفي الوقت الذي يفترض بمحرر الخبر عدم إظهار شخصيته، نجد أن الريبورتاج الإذاعي غالباً ما يكشف عن شخصية كاتبه الذي يحاول عن طريقه رسم صورة واقعية للحياة، وسواء أكان الريبورتاج متعلقاً بأحداث متوقعة أم قضايا متصلة بالأخبار، فإنه يمثل عملية نقل الأفكار والآراء والتعليقات والصور والأحداث إلى المستمعين، وهذه الأحداث ليست شيئاً مجرداً، بل هناك العنصر البشري الذي يصنعها، ويشارك فيها، أو يتأثر بنتائجها سلباً أو إيجاباً، أو يرتبط بها بصورة أو بأخرى.

3. الموضوع:

الموضوع في الريبورتاج يعني العمل الفني التحريري نفسه، فالمحرر يبذل جهوده في البداية للحصول على الموضوع وما إن يستقر عليه حتى ينتقل إلى الخطوات التي تليه. ويجب مراعاة اختيار الموضوع الذي يميل المستمعون لمعرفة تفاصيله ويحظى باهتمامهم، وموضوع الريبورتاج الإذاعي يخضع إلى معظم المقاييس التي تنطبق على مواضيع الفنون الإذاعية الأخرى، فلكي يصلح حدث ما أو ظاهرة معينة موضوعاً للريبورتاج لابد أن يكون محط اهتمام الجمهور، وأن يتحلى بالأهمية فيما يتعلق بممارسات الفرد أو المجتمع.

إن موضوعات الريبورتاج الإذاعي يمكن أن تستوعب حياة المجتمع بمجالاته المتنوعة، إذ يمكن أن تشمل الظواهر والأحداث والمسائل التي يهتم بها الناس ويتأثرون بها، وقد يكون الموضوع عن شخصية عامة أو بحث علمي أو كشف أو اختراع جديد أو موقف تاريخي أو حفل أو مهرجان أو غير ذلك من الموضوعات التي تمتلئ بها الحياة.

ويرتبط اختيار الموضوع بوقت إذاعة الريبورتاج، أي أن يكون الموضوع مُثاراً في المجتمع وفي وسائل الإعلام، أو له علاقة بأحداث مُثارة، إذ إنَّ ذلك له علاقة بجذب اهتمام أكبر عدد من المستمعين، فاختيار المواضيع للريبورتاج يرتبط بأكثر الحالات حيويةً وجاذبيةً وتتناسب مع الخط الذي تسير عليه الإذاعة، ومن الضروري أن يكون محطَّ اهتمام شريحة واسعة من الجمهور، فلا ينصح بالتطرق لموضوعات تثير الجدل في أوساط محدودةٍ منه، لكنها لا تهم الأغلبية في شيء.

وقد يختار الصحفي الموضوع دونَ أنْ يحدَّ نفسه بما يحدث، كأنْ يثير بعمقٍ القضايا الكبرى، الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية، والثقافية، فيعالج موضوعاً لا يرتبط بالآنية ولكنه يتعلق بحياة الناس.

ويعالج الريبورتاج الإذاعي الأحداث والحالات الاجتماعية والظواهر الطبيعية الحقيقية التي تنطوي على عنصر دراماتيكي، وعلى متناقضات، ويُعدّ الإنسان في صلب موضوع الريبورتاج، إذ ليس هناك من ريبورتاج إلاّ والإنسان في موضوعه، أو سبباً له، أو نتيجة له، أو على علاقة معه[47].

4. المقابلة:

تشغل المقابلة في البرامج الإذاعية عموماً مكانة مهمة جداً، لأن تبادل الحوار بين صوتين وبشكلٍ متتابع يساعد المستمع على استقبال الحوار المسموع بصورة أفضل

مما لو قام صوت واحد بقراءة النص، فضلاً عن الإسهام الذي يمارسه الحوار ذاته في تطوير الفكرة نفسها، وما يتصف به من متابعةٍ سهلة وطبيعية مقارنةً بما يقدمه النص الإذاعي في هذا المجال، فالحوار بطبيعته أكثر جاذبية من الحديث المباشر، نظراً لتعدد الشخصيات، والتلقائية التي تظهر فيه، ولأنه يثير الأسئلة التي تراود المستمع بشأن الموضوع المطروق، وكذلك فإنه عادةً ما يكون باللهجة التي تلقى إقبالاً من الجمهور أكثر مما تلقاه لغة الكتابة، ويمكن الوصول عن طريقه إلى أخبار ومعلومات وثيقة، وعرض وجهات النظر المختلفة فيما يتعلق بموضوع الريبورتاج، وقد تتشعب الآراء بشأنه وتختلف.

وتعد المقابلة جزءاً مهماً لا يمكن الاستغناء عنه في غالبية الريبورتاجات، لكونها من أشكال الحوار بين الناس وارتبطت بظهور التعامل والاختلاط بينهم، وهي من أبرز عناصر الريبورتاج الإذاعي، وتجري مع شخصيات مشاركة في الأحداث، وينبغي أن تشغل الحيز الذي توجهه الأحداث نفسها، وتشغل بعمق بواعثها وطبيعتها وأسبابها، بالقدر الذي يساعد على التعرف على الأشخاص المشاركين في الأحداث ودورهم فيها، ما يسهم في تطوير الفكرة وعرض تفاصيلها بطريقة مرتبة وسلسة، إذ إن للمقابلة قدرة على الاستحواذ على انتباه المستمع، وذلك بالحديث الصريح الذي تقدمه له، وبقدرتها على تعريفه بأفكار بعضهم وأحلامهم وأمانيهم، وسواء تم تسجيل المقابلة في مكان الحدث أو في الأستوديو، فإنه يمكن عن طريقها إطلاع المستمع على آراء الخبراء والمختصين في الموضوع أو القضية المطروحة في الريبورتاج، والكشف عن علاقة الأحداث بشخصياتها، فهي تغطي الحدث الواقع أو الذي يتوقع حدوثه[48].

والمقابلة فن هادئ لا يتحمل التطرف، والفضيلة، بل يتخذ له مكاناً وسطاً، فهي فن له هدف محدد، إنْ كان الحصول على معلومة، أو الوقوف على رأي، أو عرض لشخصية[49].

ومقابلة الريبورتاج تصنف على فئتين: مقابلة المعلومات، ومقابلة أشخاص في قلب الحدث[50]، وفيها لا يهتم الصحفي بالحقائق وحدها، بل بالظرف الذي حدثت فيه، وكيفية حدوثها، وانفعالات الأشخاص الذين تجري معهم المقابلات، فالأسلوب الأمثل لجمع المعلومات للريبورتاج هو أسلوب الحوار لأن ذلك يعطيه حيوية ويبعده عن الرتابة والملل.

وقد يتوقف نجاح الريبورتاج على حسن اختيار المقابلة وشخصية الضيف وإدارتها من قبل المقدِّم، ما يعني أنَّ المقابلة تعتمد على عنصرين أساسين هما:

أ. المُقَدِّم:

إنَّ قدراً كبيراً من نجاح المقابلة يتوقف على شخصية المُقَدِّم الذي يجب أن يكون صاحب خبرة إذاعية، وليس بالضرورة أن يكون خبيراً في الموضوع الذي يتناوله، وأن يمتلك نوعين من مهارات الاتصال: الأولى الإنصات والتركيز على إجابات الضيف وكلامه، والأخرى مهارة التحدث التي تعتمد على حصيلته اللغوية وإمكاناته الثقافية والفكرية(51)، لا سيما أن المعلومات لا تجمع بصورة آلية عبر تجاذب أطراف الحديث مع الشخص المُقابَل (بفتح الباء)، لأنه قد يقدم صورة مشوهة عن الموضوع بصورة مقصودة أو غير مقصودة، لذلك على المُقَدِّم أنْ يحصل في الوقت المناسب على الأجوبة التي تنطوي على قيمة معلوماتية للريبورتاج من الشخص المؤهل والمناسب، كما أنَّ الشخص الواحد يمكن أن يروي الحدث الواحد نفسه بطريقة مختلفة باختلاف جمهوره، فالإذاعي الذي يتصدى لمحاورة الشخصية يسعى دائماً إلى كشف النقاب عن طبيعتها وخُلُقها وطرازها، ومن المحتمل أن تؤدي نتيجة ذلك إلى حصوله على قصة أطول وأخف وأقل تقيداً بعنصر الزمن(52).

إنَّ حُسن اختيار المقابلات وإدارتها في الريبورتاج الإذاعي يشكل جوهر نجاحه، ويقال إنَّ الاكتشاف لا يكمن في الجواب بل في السؤال نفسه، إذ إنَّ الأسئلة الجيدة قادرة على اختراق عمق الحقيقة وتجزئتها لإيجاد ما يمكن أن يكون منها السبب وما يمكن أن يكون النتيجة، فضلاً عن اكتشاف الأحداث الثانوية غير المرتبطة في الظاهر والربط بينها، والعبرة هنا ليست في صياغة برنامج وخطة الأسئلة، فالقضية أوسع من ذلك وتشمل طريقة قيادة الحديث والقابلية على إدارة الحوار مع المتحدث، ليكتشف نقاط الجدل في أجوبته ويحاصره بالأسئلة المتوهجة، فيكون الحديث متدفقاً مشحوناً بالتوتر، وهذه هي نقاط التنوير في المقابلات الناجحة. وبهذا الصدد تقول أوريانا فالاسي****** (إن نجاح المقابلة منوطٌ بالشخص الذي يجري الحوار أكثر منه بالشخص الذي تجري معه الحوارات، وفي مثل هذه اللقاءات ينبغي أن يسود مناخ خاص يبعث على الاستفزاز الفكري)، ومن العوامل المساعدة أن تكون الأسئلة مرتبطة بالخبرات الحديثة والمباشرة للضيف، وذلك أفضل بكثير من ارتباطها بالعموميات.

ب. الضيف:

المقابلة الإذاعية الناجحة لا يحددها المُقَدِّمُ وحده، بل لابد أن يتوافر لها عامل آخر هو الضيف الذي تجري معه المقابلة، فالصحفي البارع المتمرس، يكون قادراً على اختيار الشخصية الملائمة لموضوع الريبورتاج، إذ لا توجد قواعد محددة لاختيار المشتركين في المقابلات، فهناك من يرى أنَّ ذلك يتم على أساس معيار الخبرة، فيما يفضل البعض اختيار الشخصيات التي تمتلك الشهرة والجاذبية لدى المستمعين(53)، في حين يأخذ آخرون بالاعتبار موضوع الريبورتاج ومجال إذاعته، مع مراعاة ضرورة أن تكون هناك علاقة خاصة بين الضيف والموضوع(54)، إذ إنَّ نجاح المقابلة يعتمد، فيما يعتمد عليه من عناصر، على شخصية الضيف، وما يمتاز به من براعة ولباقة، وما يتمتع به من تنوع وقدرة على التعبير عن نفسه، وعلى مخاطبة الجمهور واجتذابه والتأثير فيه(55)، فهو القطب الثاني من أقطاب المقابلة، وإذا كان قاصراً عن إعطاء معلومات بسبب عدم أهليته للحديث في الموضوع، أو لأسباب أخرى كالخوف أو التردد أو عدم الشعور بالثقة بالمُقَدِّم، فإنَّ أبرع الصحفيين لن يكون قادراً على بعث الحياة في تلك المقابلة، ويتجلى هذا النوع بوضوح في الحوارات التي ترمي للحصول على آراء في القضايا السياسية والاجتماعية، لا سيما في المجتمعات المتعصبة والبلدان التي تنعدم فيها الديمقراطية.

إنَّ أهمية الشخصية في المقابلة قد لا تكون بسبب المركز الاجتماعي أو الثروة أو الجاه أو بفعل دورها السياسي، وإنما قد تكون لسببٍ آخر مختلف تماماً يجعلها مهمة طبقاً لمفهوم الإذاعة(56).

5. المؤثرات الصوتية:

تعد المؤثرات الصوتية عنصراً ضرورياً في الريبورتاج الإذاعي، إذا ما تمَّ استخدامها في مكانها المناسب، ليكون أثرها معززاً لكلمة الريبورتاج ومكملاً لفكرته، إذ إنها تعمل على توضيح الحدث وزيادة الاقتناع به، بما تضفيه عليه من واقعية تؤكد للمستمع حقيقة المكان وما يجري فيه من أحداث، فضلاً عن التأثير النفسي القوي الذي يمكن أن تحققه في بعض الأحيان، لأنها تقدم الموقف على حقيقته للمستمع، فأحاديث المراسلين الإذاعيين ترسم الصورة العامة، واللوحات المعبرة للناس، مدعومة بالأصوات الحية للمشتركين في الريبورتاج، وذلك كله يقدم مؤثرات صوتية متكاملة تساعد

المستمع على الشعور بالمشاركة في جولة في مكان الحدث نفسه، فالصيغة التي يكتب بها الريبورتاج تمتاز بالشكل التصويري الذي يتمكن، بمساعدة التسجيلات الصوتية، من تكوين تَخَيُّل لدى المستمع يُشْعِرَهُ بأنه مشارك في حوادث الريبورتاج، غير أنَّ المؤثرات الصوتية يجب استخدامها في حدود الغرض المطلوب وبدقة متناهية، لأن استخدامها في غير الموضع المناسب أو الضروري قد يأتي بنتائج عكسية، ويجب ألاّ يغيب عن بال القائم بالريبورتاج أنَّ المؤثرات الصوتية التي أثبتت أهميتها، ورسمت للمستمع تلك اللوحة الصوتية المؤثرة، ينبغي إخفاتها تدريجياً، بعد أن تكون قد حققت المطلوب منها، لأن الإكثار من الشيء يعطي نتائج تتناقض مع الهدف المنشود.

إنَّ المؤثرات الصوتية في الريبورتاج الإذاعي ذات أهمية ثانوية من ناحية إسهامها في إكمال صورة حديث معد الريبورتاج، إلاّ أنَّ لها مكانها المشروع في أي ريبورتاج، لأنها أحياناً تمارس تأثيراً نفسياً قوياً على المستمع، فصوتُ سيارة الإسعاف يمارس بالفعل ذلك التأثير، كما أنَّ صوت دقات الساعة في لحظات التوتر النفسي وعند توقع أحداث خطيرة قد يولد انطباعاً مؤثراً أكثر من أيِّ نَصٍّ إذاعيٍّ، وهكذا نرى أنَّ دورها ليس في مجال إيضاح وشرح الأحداث، بل إنها تمارس وظيفة مؤثرة وفاعلة، ولكن مهما كانت أهميتها، لا يمكن السماح لها بأن تطغى على الكلمة المنطوقة، سواء أكانت وصفاً أم تعليقاً أم رأياً أم سؤالاً، إذ يجب ألاّ يكون هناك أي عائق أمام وصول الكلمة إلى المستمع، لأن الكلمة هي الشيء الرئيس في الريبورتاج.

وتنقسم المؤثرات الصوتية المستخدمة في الريبورتاج على نوعين:

أ. مؤثرات صوتية خلفية:

هي النوع الذي لا يحتاج إلى توضيح لأنها بسيطة ومفهومة، مثل أصوات حوافر الخيل وصوت القطاروالأذان وأجراس الكنائس وبوق السيارة، والتي تعطي للريبورتاج صورة واقعية عن مكان الحدث.

ب. مؤثرات صوتية موضوعة:

تتمثل في المؤثرات كافة التي تتطلب إيضاحاً، مثل أصوات تساقط المطر، التي تحتاج إلى توضيح، هل يتساقط على الشارع في المدينة أم على نوافذ السيارات أم على سطح بيت طيني في الريف أم على سقف خيمةٍ في البادية؟

وهناك الكثير من المؤثرات الصوتية الإيضاحية التي تعد أداة إقناع للمستمع،

كأصوات المكائن التي تؤكد له أنَّ الحديث الذي يستمع إليه يجري في أحد المصانع وليس في مكانٍ آخر، أو أصوات إطلاق القذائف وأزيز الرصاص التي تدل على إجراء الحديث في منطقة تدور فيها معارك، فالاستعمال الحاذق والبارع للوسيلة الصوتية هو أحد عناصر نجاح الريبورتاج، إذ على القائم بالريبورتاج أن يضع نصب عينيه هدفاً أساساً هو صياغة صورة كاملة معبرة للموضوع، وفي سبيل ذلك لا يتردد في استخدام العناصر الإذاعية التي تعينه على أداء مهمته، فهو قد يستخدم المؤثرات الصوتية الواقعية كما جرت في مواقع الأحداث، أو مؤثرات صوتية مناسبة من داخل الاستوديو.

6. الموسيقى:

الموسيقى شكل معبر من أشكال الفن، تعد من وسائل التعبير الفنية الصادقة لأنها قادرة على تكوين المزاج المناسب، وتغييره بكل يسر وسهولة*******، وتمارس دوراً تعبيرياً بارزاً لا يمكن إغفاله أو التقليل من أهميته، فهي تضفي على الريبورتاج الإذاعي الكثير من الملامح التي تكسبه التميز والتفرد، إذ إنها تساعد على خلق المزاج الضروري للمستمع ليكون على استعدادٍ كاملٍ من الناحيتين النفسية والموضوعية، لتلقي المعطيات التي يعرضها عليه الريبورتاج.

وتعد الموسيقى عنصراً مهماً ومساعداً في إسباغ المسحة التعبيرية اللازمة على الكلمة المنطوقة، وترمي للتعبير عن فكرة أو رسم جو مقصود لتساعد على إكمال الصورة المطلوبة وتحريك عملية التخيُّل لدى المستمع، وعلى الرغم من أنها ذات طابع فني يرتبط بالإخراج الإذاعي، إلاّ أنها قادرة على مساعدة الإذاعي في الخروج من رتابة موضوع أو إيقاع معين إلى إيقاع جديد، فقوة تأثيرها على المستمع تحرك مشاعره وتفجر أحاسيسه.

وتؤلف الموسيقى الشكل المستقل والمتفرد بذاته للريبورتاجات الإذاعية، وتنعكس على أدوار مختلفة، فقد تستعمل كوسيلة انتقال من موضوع إلى آخر، أو من مَسْمَعٍ إلى آخر يرتبط به بشدة، أو للفصل بين مَسْمَعَينِ وحدثين مختلفين في الزمان والمكان، كما أن لها أثراً مهماً في الفصل بين مسمع واحد من جهة ومسامع عدة من الجهة الأخرى كانت قد سجلت في أوقات متباينة، وقد تستغل كعامل مساعد للمشاركين في الريبورتاج الإذاعي على تغيير الطبقة الصوتية أثناء الإلقاء، أو قد تدمج على شكل جو ناطق لتنوب عن المؤثرات الصوتية، إذ تصف أجواء خاصة كالأفراح الشعبية، والحفلات الدينية، أو أجواء داخلية في معمل، وقد تكون ختاماً لفقرة إذاعية، فتقوم

مقام (ضرب الصنج) التي طالما تحلت بها بعض البرامج الإذاعية، وقد تدمج أيضاً على شكل موسيقى إيحائية[57].

ومن أهم شروط استخدام الموسيقى في الريبورتاج الإذاعي هو ألاّ تطغى على المادة الإذاعية، وأن تكون ذات صلة بها، ومختارة بدقة لجذب المستمعين.

أما في البرامج الوثائقية فإن استعمالها يتم أحياناً ضمن شكل محدود، وهذا يعني أنَّ أهمية الحقائق الوثائقية الصوتية لها دور بارز في البرنامج إلى حد يجعل أهمية الموسيقى ثانوية[58].

ولا يوجد خلاف على أنَّ معرفة الخلفية الثقافية للموسيقى المستخدمة في الريبورتاج تُمَثِّلُ عاملاً مهماً في إثراء مادته، وإذا كانت الكلمة تحملُ معنىً فكرياً، وَتُمَثِّلُ وَسيلةَ تَناقلهِ بَينَ البشر، فإنَّ الموسيقى في الريبورتاج تشارك اللغة في صفاتها الفكرية نفسها عن طريق مفرداتها الصوتية السمعية، وتوصف بأنها فن العقلاء الذي يحمل الفكر والمشاعر والأحاسيس.

مما تقدم نرى إنَّ صناعة الريبورتاج تتطلب خبرة في العناصر الصوتية واللغوية، ابتداءً بالكلمة الحية وما تتميز به من فنون الأداء، والمؤثرات الصوتية الأخرى، وقدرتها على التأثير في الأحاسيس، عن طريق نغمات الأصوات وألحانها المعكوسة من الواقع، وهذه الأمور مجتمعةً تقدم صورة حية وانعكاساً صادقاً للوقائع والأحداث، فالكلمة والموسيقى والمؤثرات والعناصر الأخرى، تمثل المادة الخام لأي برنامج إذاعي، إذ يعتمد عليها بشكل فعلي كوسيلة أساسية للتعبير في الريبورتاج بوصفه شكلاً من أشكال الصحافة الإذاعية.

أنواع الريبورتاج الإذاعي

إنَّ الطبيعة الاستقصائية الاستطلاعية للريبورتاج، جعلتهُ بحاجةٍ إلى الدقة والحرص في معلوماتهِ وشواهدهِ، وكذلك الجرأة في معالجة موضوعه، والشجاعة في إبداء الرأي، ولذلك يفترض ألاّ يُعد ريبورتاج ما لم يكن هناك ما يستحق ذلك، وإنَّ مستوى الجرأة والشجاعة ليس متساوياً في الريبورتاجات جميعها، لأنَّ القضايا التي تتناولها ليست بمستوى واحد من الأهمية، كما أنَّ الهدف من الريبورتاج يفرض طريقة معالجته وإعدادهِ، ولهذا تعددت أنواع الريبورتاجات الإذاعية.

إنَّ إطلاق التسميات التي تُحدِّد نمط الريبورتاج يكون بالاستناد إلى نوع المادة الإذاعية الوثائقية التي يحتويها، وتُظهِرُ مضامين الريبورتاجات في الإذاعات المختلفة أنها تناولت جميع أو معظم جوانب الحياة، ولم تترك مجالاً منها، وتتنوع الريبورتاجات الإذاعية بتنوع أهدافها وغاياتها، وهي في مجملها أهداف الفن الإذاعي نفسه.

ومن ملاحظة تنوع تعريفات الريبورتاج، فإنَّ ذلك يشير إلى تعدد أنواعه وأشكاله ومجالات استخدامه، وهو تعدد يخضع لوجهات نظر، ومدارس إذاعية مختلفة، وعملياً فإنه ينقسم على نوعين، استناداً إلى محتواه، فهو إما أن يكون إخبارياً، يرمي إلى تقريب الأحداث الآنيَّة إلى المستمع، ويحاول إغنائها وتوضيحها ميدانياً عن طريق كشف جوانب إخبارية غير ظاهرة وملابساتها، أو أن يكون موضوعياً يتناول عرض مشكلة أو قضية أو ظاهرة غير مرتبطة بأحداث آنيَّة مُلحَّة، لها طابعها السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي أو الإنساني، وفي الحالتين يضيفُ أبعاداً جديدة عن طريق الشرح والتفسير والتعليق، ويقدم في النهاية اقتراحات ايجابية فعالة.

وعلى الرغم من تعدد الآراء بشأن تصنيف الريبورتاج الإذاعي، إلاّ أنها أجمعت على ضرورة الأخذ بالحسبان الغرض الذي يستخدم فيه، وطبيعة البرنامج، ونوعه، ومحتواه.. وعلى ذلك يمكن تصنيفه إلى الأنواع الآتية:

1) الريبورتاج الحي من مكان وقوع الحدث:

ويسميه بعضهم الريبورتاج الأثيري المباشر، ويقوم على حدثٍ آني من الحياة الواقعية يهم أكبر عدد من الجمهور، ويُعد أقدم أنواع الريبورتاجات وأكثرها تشويقاً للمستمع، إذ يقوده إلى زيارات ممتعة، ويرتاد آفاقاً مجهولة، ويمتاز بالتلقائية وصدق التعبير، لأنه يقدم صورة صوتية صادقة من مواقع الأحداث، غير أنه لا يمنح القائم بهِ القدرة على التحكم في وقتهِ، وتلافي الأخطاء التي قد تحدث أثناء بثهِ. ويرى بعضهم أنه أهم أنواع الريبورتاج، بسبب تأثيره المباشر في المستمع، الذي يشعر بأنه أصبح شاهد عيان على الأحداث التي ينقلها إليه، والتي يفكر دائماً أنها تُولدُ وتقعُ في اللحظة نفسها التي يسمعها فيه.

2) الريبورتاج المسجل في مكان وقوع الحدث:

ويتم تسجيله بالكامل في موقع الأحداث، وقد حدد الصحفي الجيكوسلوفاكي (كاوتسوريك) محتوياته بما يأتي[59]:

أ. كلمة معد الريبورتاج مجردة، بدون مؤثرات صوتية خلفية.

ب. حوار بين شخصين.

ج. حوار جماعي مصحوب بمؤثرات صوتية خلفية أو بدونها.

3) ريبورتاج النص:

ويسمى ريبورتاج الاستوديو، ويتم إعدادهُ وتسجيلهُ في الاستوديو بعد عودة الصحفي إلى الإذاعة، وهذا النوع يوفر إمكانية اختيار الأشياء الرئيسة مع التركيز على الأحداث المهمة، وهنا يفقد الصحفي انفعاله النفسي الذي يكون بمثابة رد فعل لما يشاهده في مكان الحدث، ويُقَدَّمُ بعد إجراء عمليات المونتاج، والتحكم في إدخال العناصر المختلفة كالموسيقى والمؤثرات الصوتية، ويعتمد على جمع المعلومات وتسجيلها من واقع الأحداث، واختيار أفضل التسجيلات لتقديمها إلى المستمع بأسلوب جذاب ومثير، ويمكن تقديم ريبورتاج قصير ومتكامل حول حدثٍ استمرَّ ساعات عدة عن طريق التركيز على المراحل المميزة للحدث وربطها بعبارات مناسبة.

4) ريبورتاج التآليف الإذاعية:

وهو مزيجٌ لأشكالٍ عدَّة من الوثائق الصوتية القديمة مع نصوص وتعليقات تقدم بمصاحبة الموسيقى، وهو يتألف من مقاطع صوتية متعددة يتم تسجيلها في مواقع الأحداث وتجمع بينها فكرة واحدة، وبذلك يمكن وصفه بريبورتاجٍ (مُمَسْرَح) لأنه يتألف من تسجيلات وثائقية تتناول أحداثاً ملموسة وأشخاصاً بارزين، وأصواتاً مهمة لأنها مُنتقاة من أفواه الناطقين بها، ولضمان إنتاج برنامج جيد من هذا النوع ينبغي الاهتمام الفائق بالمونتاج[60].

5) ريبورتاج التعليق:

في هذا النوع يقوم مذيع الريبورتاج بالتعليق على الحدث، فيقدمه بصوته عن طريق الوصف والشرح، ويضيف لذلك الوثائق الصوتية المسجلة من مكان الحادث، ويتم تسجيله مع تلك الوثائق الممزوجة بالمؤثرات الصوتية للوقائع أو بدونها.

6) ريبورتاج السيرة:

يتكون من النص المركب المكتوب من قبل معد الريبورتاج، الذي يتم تسجيله في مكان تسجيل الوثائق الصوتية نفسه، وهو بذلك يكون أقرب إلى أسلوب الملاحظات والتعقيبات، ولا يقتصر هذا النوع على تناول مجريات الأحداث فقط، بل يتناول الموضوعات العلمية والأدبية ومشاهدات الصحفي الإذاعي عن طريق جولاته في الأماكن المختلفة.

7) ريبورتاج الكلمة:

يقوم على حديثٍ أو كلمة يدلي بها شخص متخصص أو خبير، ويجري تسجيلها في المكان نفسه الذي يعمل فيه، سواء كان داخل معمل أو مختبر أو حقل أو غيره.

8) ريبورتاج المحاضرات:

يسجل المحاضرات وما يدور حولها من أسئلة أو مناقشات، ويتم تسجيله في المكان نفسه الذي تُلقى فيه المحاضرة.

9) ريبورتاج الحديث المشترك:

ويطلق عليه ريبورتاج المناقشات، كبرامج المائدة المستديرة، إذ تدور المناقشات بين أصحاب الاختصاص في موضوع معين يجري تناوله من وجهات نظر مختلفة.

وهناك تصنيف آخر للريبورتاج يقوم على أساس الهدف منه، ويقسمه إلى خمسة أنواع، هي:

1) ريبورتاج الخلفية:

ويستهدف شرح وتحليل الأحداث والكشف عن أبعادها ودلالاتها، وهو ريبورتاج يبحث عما وراء الخبر، ولذلك فإنه يحاول الإجابة عن أداة الاستفهام (لماذا؟).

2) ريبورتاج الاستعلام أو التحرِّي:

يستند هذا النوع إلى عَدّ الريبورتاج أحد أدوات تشكيل الرأي العام، ولذلك فهو يتناول المسائل والقضايا التي تهم الرأي العام، فيجمع التفاصيل المتعلقة بها ويعرضها على المستمعين، ويلقي الضوء على الجوانب جميعها، ليترك للجمهور تكوين الرأي واتخاذ القرار[61].

3) ريبورتاج البحث أو التَّحَقُّق:

يتناول الموضوعات بشجاعة وجرأة، إذ إنه يشبه إلى حد كبير التحقيق الذي تجريه الشرطة لكشف الجرائم الغامضة، فهو يستهدف الوصول إلى ما لا يعرفه الجمهور، مثل اكتشاف تلاعب في توزيع المواد التموينية، أو الاختلاسات في بعض المرافق الحكومية، أو الفساد وانحرافات السياسيين وسوء استغلال السلطة، ويطلق عليه الريبورتاج المدقق، لما يتضمنه من إضافة لا توجد في الأنواع الأخرى، وهي فضح التصرفات المشينة، وكشف انتهاكات القانون أو النظام أو المعايير السلوكية، وهو لا يركز فقط على الأخطاء، وإنما على الأشخاص الذين يقومون بذلك، ما يجعل نتائجه أكثر خطورةً في الغالب، ولهذا فإنه يوكل إلى أكثر الصحفيين خبرةً وجرأةً، ويبدأ هذا الريبورتاج من الاعتقاد بوجود خطأ، وغالباً ما تأتي فكرته من الشارع أو من مباني المؤسسات وملاحظات المحررين أو رسائل واتصالات المستمعين[62].

4) ريبورتاج التوقع:

يرمي إلى مساعدة المستمع، ليس فقط على معرفة حقيقة ما جرى، وكيف وقع الحدث، بل يسعى، وبدرجة أكثر أهمية، إلى مساعدته على معرفة كيف سيتطور الأمر في المستقبل، وإلى أين ستنتهي القضية، أي أن القائم بالريبورتاج لا يقول للمستمع ماذا جرى؟ أو ماذا يجري؟ وإنما يقول له ماذا سيجري في المستقبل؟ مثلاً: ماذا سيحدث بعد ارتفاع أسعار النفط؟

5) ريبورتاج الهروب:

ويسمى كذلك ريبورتاج التسلية والابتعاد عن الواقع، لأنه يلبي حاجة المستمعين إلى التسلية والإمتاع، وهو يشد المتلقي ويهرب به بعيداً عن مشاكله اليومية، واهتماماته السياسية التي تؤرقه، ليقدم له الجوانب الطريفة والمسلية والممتعة في الحياة، مثل الرحلات المثيرة، والقصص العاطفية، والأحداث الغريبة، وموضوعات تدور عن الموضة ونجوم السينما والرياضة، ويقول بعض المتخصصين إنَّ انغماس المستمع في التخيلات التي تقدمها الإذاعة لجمهورها هو أحد أشكال الهروب من الرتابة[63].

وهناكَ مَنْ قَسَّمَ الريبورتاجات الإذاعية بطريقة مختلفة، واصفاً إياها بالعمومية التي تستهدف فئات المستمعين جميعها الذين يستقبلونها بدورهم بالأهمية نفسها، في حين يصح أن تكون هي من السمات المهمة والخصائص المميزة للريبورتاج الإذاعي، وبعض هذه

الريبورتاجات قد تقترب من بعضها حتى يصعب أحياناً التفرقة بينها، كما قد يدخل أحدها في أمورٍ تُعد من اختصاص النوع الآخر. ويمكن تمييز خمسة أنواع منها، هي:

1) الريبورتاج المشوِّق:

يجد المحرر نفسه أحياناً أمام عدد كبير من الأفكار التي يمكن أن يحولها إلى ريبورتاجات ناجحة، ويصعب إدراجها تحت نوع معين، إذ قد تجمع موضوعات عديدة تختلف فيما بينها، لكنها تشترك برابط واحد يتصل بعنصر الإثارة والتشويق، فهو القاسم المشترك بين تلك الموضوعات، ومن صور التشويق، الاستدلال على الخفايا والأسرار والغرائب عن طريق الريبورتاج، أو يكون بشكل عبارات ذات دلالات طريفة.

2) ريبورتاج المشكلات:

يعد من أهم أنواع الريبورتاج، وأكثرها شيوعاً في الإذاعات، ويمكن تحديد خصائصه المميزة وصفاته العامة ببساطة، وكذلك تكوين رأي عام واعٍ عن طريقه، والمساهمة في تتبع هذه المشكلات ودراستها وتقديم الحلول لها.

3) ريبورتاج الرحلات:

عندما يقوم الصحفي برحلة، ويصف مشاهداته وانطباعاته، ويسجلها لتبث عبر الإذاعة، يمكن تسميتها بريبورتاج الرحلات، لتؤدي أكثر من غرض، ويقوم هذا النوع على الأسس الآتية:

أ. الاعتماد على الرؤية والمشاهدة ثم الوصف.

ب. براعة التصوير ودقته وصدقه وحسن اختيار ما يعبر عن الصورة الواقعية والجذابة والمشوقة.

جـ. تحرِّي الدقَّة جهد الإمكان، مخالفاً غيرهُ تارة، ومتفقاً معه تارةً أخرى.

د. الاهتمام بقواعد ريبورتاجات وتقارير الرحلات الأربعة (الزمان، والمكان، والناس، وصور الحياة).

هـ. إبراز الجانب الإخباري، حين تتاح الفرصة لذلك.

و. اختيار السفر إلى الأماكن الجديدة والغريبة، التي لم يألفها الناس، أو يعرفوا عنها الكثير، أو التي ترتبط بأحداثٍ مهمة ومؤثرة أو أحداث الساعة.

4) ريبورتاج الشخصية:

هو نوع مهم ترمي الإذاعة منه إلى أكثر من مجرد حديث مع شخصية معينة، ومعرفة آرائها في أمورٍ عامة أو متصلة بظاهرة، بل يتعدى ذلك إلى التعرف التام على صاحب الشخصية وأفكاره ومبادئه وعمله وهواياته، وعلى كل ما يدخل في دائرة اهتماماته، أو بعضٍ منها، ويحاول المحرر معرفة بعض الجوانب الخاصة في حياته، وقد يتناول مشكلة تؤرقه أو تحولُ بينه وبين العمل والإنتاج، أي باختصار، يتناول هذا الريبورتاج تغطية الجوانب المهمة والبارزة في تلك الشخصية كافة، مما يهم الجمهور معرفته[64].

5) ريبورتاج المناسبات:

ويسمى الريبورتاج الموسمي، ويحمل طابعاً خاصاً مميزاً، يأتي من ارتباطه بمناسبة أو موسم أو عيد، وليس بالضرورة أن تكون المناسبة سارة أو حزينة، كما ليس من المهم أن تكون وطنية أو قومية أو دينية، أو ترتبط بفصل من فصول السنة، بل يكفي أن يتناول إحدى ظواهر ذلك الفصل. وإنَّ الطابع الخاص والمميز المسيطر على هذه الريبورتاجات، هو ارتباطها زمنياً بتلك المناسبات، من قبيل التسمية فقط، أما دائرة الارتباط نفسها فتتسع إلى أبعد من حدود المناسبة التي قد لا يربطها بالريبورتاج سوى الرابط الزمني الذي تدور وقائعه في إطاره.

وهناك تصنيف آخر للريبورتاج الإذاعي، اعتمدهُ بعض خبراء الإعلام، ويقضي بوجود الأنواع الآتية:

1) الريبورتاج السياسي:

يتناول قضية سياسية تحتاج الإلمام بظرفها، وتقديمها إلى الرأي العام، وعرض أسبابها، والعوامل المؤثرة فيها والمتحكمة في تطوراتها. ويلتزم فيه المحرر بأخذ سلسلة من الأحداث المتوقعة، أو معالجة أحداث طارئة بعد اطلاعه على حيثياتها، وتكون مهمته متابعة الأحداث المهمة وتطوراتها، ما يضفي على الريبورتاج الوضوح، والعرض الجيد، إذ يقوم بتحليل الموقف السياسي، كلما رأى ذلك مناسباً، دون انتظار وقوع حدثٍ مهم، ويتطلب ذلك من المحرر حضوره الدائم في قاعات المجالس ومكاتب الوزراء وسكرتاريات الأحزاب، مراقباً ما يجري فيها، وأخذ التصريحات والمعلومات من الكتل البرلمانية، المشاركة وغير المشاركة في الحكم، غير أنه لا يستطيع أن يضع حلولاً أو نتائج للقضية السياسية التي يعالجها، ولا التنبؤ بنهاياتها، لأنه لا يملكها، بل قد لا

تملكها حتى الدولة المعنية، وتشترك دول أخرى وعوامل متباينة المصالح في وقائعها، ومثال ذلك القضية الفلسطينية.

2) الريبورتاج القضائي:

يختص بمعالجة الدعاوى القضائية المختلفة، ويقوم باستعراض ودراسة ملف الدعوى محل النظر، ويتطلب ذلك من المحرر ذهابه بصورة منتظمة إلى دور القضاء والمحاكم، ومتابعة تطورات التحقيقات القضائية، عبر الحوار مع القضاة والمحامين وكتاب المحاكم.

3) الريبورتاج الرياضي:

يتناول الأحداث الرياضية المختلفة، ويشمل متابعة البطولات والمسابقات الرياضية، وتطور النوادي الرياضية، ويستلزم ذلك من المحرر أن يكون مُدركاً لطبيعة الجمهور الرياضي الذي لا يكتفي بسماع الأحداث الموضوعية في الإذاعة، إذ يبقى هامشاً متروكاً لتدخل المحرر الذي يعالج ذلك بحذرٍ، فهذا الجمهور يتميز بكونه حساساً، لذلك لا يُسْمَحُ بوقوع خطأ في نقل وتحليل الوقائع.

4) ريبورتاج المنوعات:

هو الريبورتاج الذي لا يعالج موضوعات سياسية أو دبلوماسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو قضائية أو ثقافية، بل يتناول موضوعات الحوادث والحرائق والأحداث الطارئة، كالكوارث الجوية والزلازل والاغتيالات، ويتطلب هذا التنوّع في الأحداث من الصحفي مرونةً فائقةً تتيح له التكيُّف مع الأحداثِ ومحيطها المتغير، كما يفرضُ عليهِ الوجود المستمر في مراكز الشرطة وملاجئ الفقراء والحفلات الاجتماعية وغيرها.

5) الريبورتاج العسكري:

ويسمى الحربي كذلك، ويختص بنقل الأحداث العسكرية والمعارك على جبهات القتال ومعالجتها، إذ يسيطر هذا النوع على مساحات كبيرة من البث الإذاعي في زمن الحروب، ويصبح المادة الأساسية لها، وتوظف مضامين جوانب الحياة كلها لتكون ريبورتاجات تعبوية لصالح الحرب[65]، وأخرى تختص بوصف البلاد التي تعسكر فيها القوات المحاربة، وعادات وتقاليد شعوبها.

6) الريبورتاج الاقتصادي:

يختص بدراسة ومعالجة القضايا الاقتصادية، ويشمل القطاعات التي تندرج تحت هذا الجانب، كالنفط، والمصارف، والتجارة وأنشطتها المختلفة كالاستيراد والتصدير، والزراعة وما يتصل بها من مواضيع تخص الريف والفلاحين وتربية الحيوانات والطيور وقوانين الإصلاح الزراعي، وغيرها.

7) الريبورتاج الاجتماعي:

يختص بالمواضيع التي تتعلق بجوانب حياة الفرد والمجتمع كلها، والنشاطات الاجتماعية المختلفة.

8) الريبورتاج الثقافي:

يعالج المواضيع والنشاطات الثقافية المختلفة كالمعارض والندوات الثقافية والدورات والمهرجانات الأدبية، والحلقات النقدية، والمسرح، وعروض الأوبرا، وكل ما يتعلق بالجوانب الثقافية في الحياة.

9) الريبورتاج الفني:

يتناول النشاطات الفنية بأشكالها كلها، كالأعمال الفنية في السينما والتلفزيون والإذاعة، ويتعرض إلى حياة الفنانين الخاصة وأعمالهم، والمهرجانات السينمائية والتلفزيونية وغيرها.

10) الريبورتاج العلمي:

هو ريبورتاج متخصص بالجوانب العلمية المختلفة، كالطب والطبيعة والكيمياء والفضاء والفلك وعلوم البحار والحشرات والكومبيوتر وغيرها، لإشباع حاجة المستمعين إلى معرفة ما وراء الخبر العلمي، وشرحه، وتفسيره، والتعليق عليه، وبيان التفاصيل المختلفة التي تتصل به، وتقديمها للمتلقي بمفاهيم أكثر اقتراباً من مستواه العادي، بعيداً عن اللغة المعقدة والمصطلحات الصعبة.

11) الريبورتاج الإعلاني:

هدفهُ الإعلان عن السلع وتسويقها، ويقوم على أساس إدراك ما يتركه الريبورتاج من أثر نفسي على المتلقي، وينبغي أن يستوفي متطلبات الإعلان المتمثلة بتشويق المستمع، وجذب انتباهه، ومخاطبة وجدانه، ليشعر بالحاجة الماسة للحصول على السلعة التي تسد حاجته القوية لها، ما يتطلب العناية بالعبارات المستخدمة في تحرير

الريبورتاج، لأنها تواجه مستمعاً ذكياً، ما يفرض على المحرر التجديد في أسلوبه وصياغاته التي تستوعب الأساليب الخاصة بالإعلانات، ليظهر ريبورتاجاً إعلانياً ناجحاً، وقد يتخذ هذا النمط طريقة غير مباشرة في الترويج لسلعةٍ ما، أو الإشادة بمشروعٍ معين، ويستغل المعلنون هذا النوع للإعلان عن بضائعهم وسلعهم، لا سيما في المجتمعات الرأسمالية، وقد ازدادت أهميته تبعاً للتطور الاقتصادي في المجتمعات الأوربية، لا سيما بعد الثورة الصناعية، وأصبح عاملاً أساساً للتوازن المالي بين المؤسسات الإعلامية(66).

وهناك مَنْ صَنَّفَ الريبورتاج صنفين:

1) الريبورتاج الإخباري:

يرمي إلى تقريب الأحداث الآنية من المتلقي، ومحاولة إغنائها وتوضيحها ميدانياً، وذلك بكشف ملابساتها، وجوانبها غير الظاهرة، ويعد أحدث وأفضل وسيلة لإيصال المعنى الذي نريد قوله في التعليق، حتى قال عنه أحد الباحثين الإذاعيين (لقد انتهى الآن عصر التعليق، وبدأ عصر الريبورتاج بجاذبية أكبر)(67)، ولذلك فإنَّ العديد من المحطات الإذاعية تستخدم هذا الشكل كثيراً، بعد أن ثبت لها ارتباط الجمهور به، وينصبُّ هذا النوع على الحالات المتوقعة أو المعروفة مقدماً، ويكون عندها مرتبطاً بإذاعته في اليوم نفسه أو المدة التي تقع فيها، وكذلك يتطرق لقضايا عامة متصلة بالأخبار، إذ يختار القائم بالريبورتاج خبراً معيناً يمس اهتمامات المستمعين فيعالجه على أوسع نطاق ممكن، عن طريق لقاءات مع مسؤولين وفئات من الجمهور، إذ إنَّ كثيراً من الأخبار تحتاج إلى الشرح والتفسير بهذه الكيفية، فضلاً عن المتابعة(68).

2) الريبورتاج الكبير:

يرمي إلى عرض مشكلة معينة غير مرتبطة بالضرورة بأحداث آنية ملحة، ولها طابع سياسي أو اقتصادي أو اجتماعي أو إنساني أو تربوي عام، ومن ثم التصدي لما فيها من تعقيدات، وذلك بدراسة جوانبها المتعددة، الظاهرة والخفية.

وهناك اتجاه آخر لبعض خبراء الإعلام يقسم الريبورتاج على أساس الغرض الذي يستخدم فيه، وهو التقسيم الذي تسير عليه عادة المحطات الأمريكية، ويرى أصحاب هذا الاتجاه أن الموضوع أو البرنامج الخاص يختلف عن الحادث أو الواقعة الخاصة، فهو يحتل برأيهم، موقعاً بين الحوادث الخاصة وبين البرامج والأفلام التسجيلية،

ولكنه يختلف عن الحوادث الخاصة بإمكانية الإعداد المسبق له، وتحديد نهايته والنتيجة المطلوبة، في حين أنَّ الحوادث الخاصة قد يتعذر إعداد نص مكتوب أو ترتيب مسبق لها، لا سيما إذا كان حادثاً مفاجئاً، لكن في الحالتين لابد أن يبنى الريبورتاج على أساس واقعي موجود بالفعل. وبناءً على ذلك ذهبَ أصحابُ هذا الرأي إلى التفرقة بين ثلاثة أنواع، هي[69]:

1) التغطية الإخبارية للأحداث والوقائع الخاصة

2) الموضوع أو البرنامج الخاص

3) الفيلم التسجيلي (التلفزيوني)

ويمكن تصنيف الريبورتاجات الإذاعية، على أساس التفرقة بين الوسط الذي تعالج قضاياه، إلى نوعين[70]:

1) ريبورتاجات تتعلق بأنشطة الدولة

2) ريبورتاجات تتعلق بأنشطة الجمهور

كما أنَّ هناك تصنيفات أخرى للريبورتاج الإذاعي، يمكن إجمالها بما يأتي[71]:

1) ريبورتاجات إعلامية

2) ريبورتاجات تفسيرية

3) ريبورتاجات توجيهية

4) ريبورتاجات إرشادية

5) ريبورتاجات تعليمية

ويلبي الريبورتاج الوظائف الرئيسة للصحافة الإذاعية، فهو من جهة يقوم بوظيفة الإعلام، إذ يقدم الحقائق والمعلومات الجديدة للجمهور، ومن جانب آخر يمارس عملية تفسير الأخبار والأحداث وشرحها، بالكشف عن أبعادها الاجتماعية والاقتصادية، ودلالاتها السياسية، كما يقوم بتلبية وظيفة الصحافة في التوجيه والإرشاد، عن طريق تصديه لقضايا المجتمع ومشكلاته، والبحث عن حلولٍ لها، أما من الناحية الأخرى فإنه يقدم التسلية والإمتاع عندما يركز على الجوانب المسلية والطريفة في الحياة، وقد تتداخل هذه الريبورتاجات بما يجمع بين أهدافها وفنونها، وإن الخيط الفاصل بينها خيط وهمي رفيع، فكثيراً ما نجد الريبورتاج إعلامياً ومشوقاً وتوجيهياً وتفسيرياً في وقتٍ واحد.

وبجانب هذه الأنواع الكثيرة التي ذكرناها، هناك أنماط أخرى من الريبورتاجات

التي تحظى باهتمام المحررين الإذاعيين، مثل تلك التي تتناول القضايا التاريخية، أو موضوعات الأزياء والموضة، إذ لا غنى عن هذه الأنواع في معظم الإذاعات، مع الأخذ بالحسبان ألاّ يتم تناولها بشكلٍ روتيني، بل يجري ذلك باختيار زوايا جديدة تهم المستمع وتدفعه للإصغاء لها، فالمهم دائماً هو اختيار الموضوع الذي يهم الجمهور.

وأياً كان نوع الريبورتاج وشكله، فهو يعد وثيقة تسجيلية مادامَ يسجل واقعة أو مناسبة، ومن ثم يمكن استخدام هذه التسجيلات الصوتية في أعمال أخرى أو برامج خاصة تتصل بالموضوع نفسه، وتمثل هذه الوثائق جزءاً منه.

وإذا كان الريبورتاج يتناول حادثةً أو موقفاً أو شخصاً أو فكرةً، فإنه يستخدم في العديد من الأغراض، من تغطية الأحداث بصورة شاملة وتفصيلية لجوانبها كافة، إلى تفسيرها وشرح مغزاها، وعلاقتها بالمتلقي، سلباً أو إيجاباً، فضلاً عن تقديم الموضوعات المختلفة، الثقافية والعلمية والتعليمية والتاريخية والخدمات والشؤون العامة على اختلاف أنواعها.

مصادر الريبورتاج الإذاعي

يمارس محرر الريبورتاج دوره المألوف كوسيطٍ بينَ الأحداث والجمهور المتلقي، وهو يُضفي على تلك الأحداث طابعاً درامياً بتفاصيل مُتقنة ولونٍ مميز[72]، فالريبورتاج الإذاعي يقوم على خبر أو فكرة أو مشكلة يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه، ثم يقوم بجمع مادة الموضوع بما يتضمنه من بيانات أو معلومات أو آراء أو وجهات نظر تتعلقُ بهِ، ويزاوجُ بينها للوصول إلى الحل الذي يراهُ صالحاً لعلاج المشكلة أو القضية أو الفكرة التي يطرحها[73]، وينبع فن الريبورتاج من طبيعة عمل الصحفي في ملاحقة الأحداث التي تحتاج إلى بحث ومعالجة لبعض جوانبها الخفية، كما أنه قد يصنع الحدث بنفسه دون التقيد بمصادر محددة، عبر إثارته لقضايا كبرى تهم المجتمع.

وأفضل مجال للريبورتاج هو مجال المشكلات العامة التي تواجه المجتمع أو فئة منه، على أن يتضمن الحلول العملية لها، ويتناول المحرر أكثر الأحداث أهميةً، ويحاول توثيق الصلات بين الحقائق المنفصلة، وتوضيح العلاقات بينها وبين المبادئ العامة وما يتصل بالمجتمع.

إنَّ مصادر الريبورتاج الإذاعي هي كل ما يدركه الصحفي بحواسه المختلفة من جوانب الحياة حوله، إذ عليه أن يتبع في سعيه وراء الأفكار ما تسمى بحاسة أنفه الصحفية، للحصول على الفكرة الحقيقية التي تهم المستمع، وعليه التفكير في كل شخص وتجربة وحدث وكل ما يراه أو يسمعه أو يتذوقه، وحتى كل ما يشمه، بنظرةٍ تبرزُ أو تلمح إمكانية تحويله إلى ريبورتاج يحظى باهتمام الجمهور.

ومن التحديات التي قد يواجهها الصحفي، قدرته على التعامل بأسلوبٍ حديثٍ مع الموضوعات التي قد تبدو مستهلكة، إذ إنَّ نجاحه في ذلك يضمنُ حصوله على قصةٍ أفضل لريبورتاجه، أما المستمع فيحصل على معلوماتٍ جديدة لم يسبق تقديمها.

وعلى الرغم من تعدد الآراء في المصادر التي يستقي منها المحرر الإذاعي مادة الريبورتاج، غير أنَّ هناك اتفاقاً شبه تام بوجوب أن يلجأ إلى أكبر عدد منها، ومن تلك المصادر:

1) الملاحظة الشخصية:

من المصادر التي يستقي منها الصحفي أفكاراً لريبورتاجاتٍ، هي معلوماته وملاحظاته الشخصية، التي تعد مصدراً حياتياً لمواضيعه، ولذلك يظهر الريبورتاج بوصفه صورة من صور الحياة المختلفة، إذ تؤدي الملاحظة الشخصية أثرها في انتقاء الأفكار والمواضيع، ومن البديهي أنَّ ذلك يحدث مع محرر الريبورتاج الذي يتميز بالحركة والانتقال السريع، والاختلاط مع أفراد المجتمع، والملاحظة يمكن أن تنقسم بدورها إلى ملاحظة المجتمع، والجديد، وغير الاعتيادي، والاجتماعات، وحياة الريف ونشاطه، والمنازل والحدائق ومشكلات الأسرة، والفنون، وغيرها، إذ يتبادر إلى الذهن منذ الوهلة الأولى أن ذلك كله يمكن أن يكون موضوعاً لريبورتاج إذاعي، كما أن الحوادث الاجتماعية تكون بطبيعتها مادة يتركب عليها الفكر والآراء، ويستمد منها الصحفي أفكاره.

2) التجربة الشخصية والإنسانية:

وتقدمها للمحرر صلاتهُ العديدة، وعلاقاته الإنسانية المتنوعة، وهذا المصدر قريب من المصدر السابق، لكنه يختلف عنه بكون المحرر يعيش التجربة شخصياً، فالحياة الاجتماعية التي يعيشها تقدم له العديد من الموضوعات التي يمكن معالجتها عبر ريبورتاجات إذاعية، فتأتي الأفكار من المحررين الذين يتمتعون بسعة إطلاع ويستمعون إلى أحاديث الناس ويخوضون غمار المجتمع، ويتمتعون بروح السعي وراء كل ما هو جديد ومهم.

3) **وسائل الاتصال الجماهيري:**

كالصحف ومحطات الإذاعة وقنوات التلفزيون والسينما والمسرح وغيرها، إذ تمثل مصادر لا غنى عنها لمحرر الريبورتاجات، لإيجاد أفكار ومواضيع تصلح لمعالجة، فهو يمكنه استنباط أفكار جديدة عن طريق ما يُنشَر أو يُبث أو يظهر في هذه الوسائل الإعلامية، ويستطيع استغلال المكتبة الإذاعية والتلفزيونية وأرشيف الصحف، والمكتبات العامة، وكذلك الدوريات المنتظمة التوزيع، لتنشيط أفكاره ومعلوماته الخاصة وتطويرها بالمواضيع المختلفة(74)، وتعد الصحف سجلاً حافلاً بالموضوعات التي يمكن لكاتب الريبورتاج أن يختار منها العديد من الزوايا، وكثيراً ما يكون في النشرات العلمية والمجلات الفنية المتخصصة معلومات مهمة يقوم الصحفي بتبسيطها وتقديمها للمستمعين بشكل واقعي مستساغ، كما أن الأبواب الثابتة الموجهة لفئات الجمهور المختلفة عبر الصحافة والإذاعة والتلفزيون وغيرها، قد توحي بموضوعات قيمة للريبورتاجات.

4) **شبكة الإنترنيت:**

تعد من أهم المصادر التي يمكن أن يستقي منها المحرر موضوعاته في عالم اليوم، وأصبحت وسيلة تكنولوجية مهمة للاتصال، وانتشرت بسرعة هائلة في الحقبة الراهنة، وصارت تمثل الوسيلة الأكثر أهميةً والأسرع تطوراً، وهي مصدر مهم لإغناء مضمون الرسائل الاتصالية في الإذاعة وغيرها، ولا يعني ذلك نقل المعلومات من الإنترنيت إلى الإذاعة بطريقة مباشرة، بل يجب ترشيحها وتعزيزها بموارد معلوماتية أخرى، واستثمارها كأفكار ومواضيع يمكن معالجتها عبر ريبورتاجات ترتبط بالأحداث الجارية، ما يتيح فرصة حقيقية لإنتاج رسالة إعلامية مبتكرة ومتجددة، مواكبةً لظاهرة (انفجار المعلومات)، أو ثورة المعلوماتية، في سعيها إلى تطوير الرسالة الإعلامية ووصولها إلى قطاعات واسعة من الجماهير.

5) **الأخبار:**

لا نحتاج إلى كثيرٍ من الأدلَّةِ لنُبرهنَ على أهمية الخبر كمصدر للريبورتاج، بوصفهِ المحور الذي تدور حوله مواد الإذاعة المختلفة، فالأخبار هي الصلة الروحية بيننا وبين العالم، وإن الطريقة التي يجري اتباعها في جمع الأخبار هي التي تحدد ما يصل منها للجمهور، وطريقة معالجتها، وإمكانية عدَّها مصدراً للريبورتاج، فالمحرر غالباً ما

يلتقط أفكار موضوعاته من الأخبار المهمة المنشورة في الصحف والمجلات، أو ما تذيعه الإذاعة، أو ما يعرضه التلفزيون من أخبار في البرامج المختلفة، لا سيما أنَّ الأخبار تتوالى في هذه الوسائل بدون توقف، ما يجعلها من أهم مصادر الريبورتاجات الإخبارية بالذات، ويقول بعض المتخصصين إنَّ الريبورتاج يبدأ من النقطة التي ينتهي فيها الخبر، أي أنْ تكون فكرته نابعة من الأخبار سواء التي تُذاع أو التي لم تأخذ طريقها للبثّ، إذا كان المحرر يمتلك معلومات إضافية، أو وجهات نظر جديدة، أو خلفية تاريخية عن مضمون الخبر، لاسيما عندما يكون سياسياً أو اقتصادياً أو تاريخياً، وأن معالجتها وإذاعتها سيثير اهتمام الجمهور، فالريبورتاج ليس عملية نقل مجردة للوقائع، بل هو انطلاق من قضية أو مشكلة أو معاناة ذات طابع عام وشامل، وبحث عن الأسباب، وكشف للخفايا، واستخبار عن الأبعاد والنتائج، واستقصاء للحقائق وتفسير لها، وإنَّ وظيفته تالية للخبر، إذ يضيف إلى الوقائع أبعادها، ويسبغُ عليها معناها، ويقدم مغزاها، ويشرح ويفسر ويعلق ويبين الأسباب النفسية والعوامل الاجتماعية والمادية، ويقدم في نهاية الأمر اقتراحات إيجابية فعالة.

6) أبطال الأحداث:

هم الشخصيات التي لها صلة رئيسة بالأحداث، ويُعَدّون مصادر مهمة للريبورتاج، فضلاً عن كونهم من عناصره باعتماد أخبارهم ورواياتهم عن الأحداث والوقائع، ويمكن وصفهم كمصادر للريبورتاجات الإنسانية، كما أن الشخصيات التي لها دور ريادي في حياة الشعوب، والمشاهير، والنجوم، كلها مواضيع تنبض بالحيوية وتصلح لإعدادها كريبورتاجات إذاعية[75].

7) رسائل الجمهور:

تعد الرسائل التي تصل من الجمهور واتصالاتهم ورسائل البريد الإلكتروني التي تحمل شكاواهم ومعاناتهم كلها مصادر لأفكار ومواضيع للريبورتاجات الإذاعية.

8) الأماكن العامة:

وهي تتوزع على مسرح الحياة، في الأندية والمقاهي، والمدارس والجامعات، والمصانع والأسواق، يمكن أن يستنبط منها الصحفي موضوعات مهمة للريبورتاج.

9) مصادر أخرى:

وتشمل العديد من المصادر، كالكتب والدوريات والرسائل العلمية والنشرات

والبحوث، وكذلك دواوين الحكومة والهيئات الرسمية، فضلاً عن الندوات والمهرجانات والمعارض والحفلات، وكذلك يمكن عدّ الظواهر الطبيعية من المصادر التي تصلح كمادة للريبورتاج، وحتى تقويم المناسبات والأعياد على اختلاف أنواعها، يستطيع المحرر استثمارها في مواضيع لريبورتاجات إذاعية مميزة.

ويذهب آخرون إلى تحديد أنواع أخرى من المصادر وهي[76]:

1) **المصدر الاعتيادي** الذي يتناول فيه المحرر موضوع الريبورتاج الخبري بطريقة العرض الذاتية مع الالتزام بسرد الحقائق والوقائع.

2) **المصدر غير المألوف** ويكون الموضوع فيه غير معروف لدى المستمعين، ويفرض نفسه على الصحفي لكي يعالجه على شكل ريبورتاج.

3) **المصدر الدوري** ويتمثل في الأحداث التي تلازم كل تغيير في التقويمات.

4) **المصدر التكميلي** وفيه يكون موضوع الريبورتاج مكملاً لموضوع اختياري عام.

5) **المصدر الدرامي** وهو الذي تتوافر فيه عناصر الدراما.

6) **المصدر التوجيهي** يقوم كاتب الريبورتاج عن طريقه بتوجيه المستمعين وإرشادهم.

7) **مصدر التجارب الشخصية** ويعد من أكثر مصادر الريبورتاج شيوعاً.

8) **مصادر الفنون** وهي التي تزود كاتب الريبورتاجات بالموضوعات الفنية المختلفة.

9) **نشر الحقائق** يقوم محرر الريبورتاج بنشر الحقائق الايجابية أو السلبية عن أية دائرة أو مؤسسة.

خطوات إعداد الريبورتاج الإذاعي

إن إعداد المادة الإعلامية يعني (المفاضلة بين الوقائع الكثيرة واختيار ما ينشر منها في الفراغ المحدد والمتاح وتقرير الكيفية التي تعرض بها)[77].

وسواء أكان الريبورتاج تغطية لحادث أم واقعة (مفاجأة أو متوقعة)، أم عرضاً لموضوع من موضوعات الشؤون والخدمات العامة، فإنه في الحالات كلها يعد وثيقة تسجيلية مادام يسجل واقعة أو مناسبة، ويتطلب ذلك الإعداد المسبق له،

فالصحفي المتخصص بالريبورتاجات لا يبدأ في معالجة ريبورتاج إلاّ إذا كان على دراية بخفايا الموضوع، لأنه في هذه الحالة سيعلم من أين يستقصي الوقائع والبيانات والمعلومات ولمن يتجه بالسؤال عن الوسائل المؤدية إلى علاج الحالة. ولضمان نجاح الريبورتاج الإذاعي يجب رسم خطته أولاً، التي تبدأ بتحديد أهمية الريبورتاج وأي قطاع من قطاعات الجمهور يهمه موضوعه، ولماذا يهمه، ومدى الاهتمام، فضلاً عن وضع قائمة تبين المصادر الحية وغير الحية التي سيستعين بها الصحفي، ثم جمع الوقائع والبيانات والمعلومات من هذه المصادر وغيرها، ويستخلص بعدها النتائج أو التوصيات أو المقترحات أو الحلول التي يضعها خاتمة للريبورتاج[78].

وعلى القائم بالريبورتاج أن يضع حدوده وأهدافه منذ البداية، فهذا يساعده على معرفة ما إذا كان على الطريق الصحيح، ومتى يكون قد وصل إلى النهاية، فيحدد أهدافه ويراجع ما أحرزه من تقدم إزاءها، وينقحها، ويسعى وراءها أو يقفلها تماماً. وهناك نقطة مهمة في موضوع إعداد الريبورتاج يؤكدها كبار الصحفيين وهي أن يتفرَّغ الصحفي ويعطي جُلَّ وقته لهُ، أي أنهُ بمجرد الشروع في الريبورتاج فلا ينبغي للمحرر أن يعمل في أي شيء آخر.

ويمكن تحديد خطوات عدَّة لإعداد الريبورتاج الإذاعي وهي:

1) اختيار الفكرة أو تحديد الموضوع

أول خطوة في الإعداد هي اختيار فكرة الريبورتاج أو موضوعه، (ومثلما يبدع الأديب في اختياره لفكرةِ مقالتهِ الأدبيةِ أو انتقاء أشخاص قصته أو نماذج مسرحيته، فإنَّ إبداعاً مماثلاً يقوم به الصحفي الممارس والخبير من أجل العثور على فكرة مناسبة، جديدة، طازجة، لم يسبقه إليها أحد، أو العثور على زاوية جديدة يتناول من خلالها الفكرة القديمة أو المطروقة)[79].

ولا يعتمد خلق الفكرة للريبورتاج على عملية خلق وإبداع يرتكن إلى خيال المحرر، وإنما ينصرف جهده في صياغة الأفكار والمعلومات التي يتم تجميعها من مصادر مختلفة، فالفن الصحفي ليس محاولة لخلق الفكرة، بل هو محاولة لصياغة الفكرة أو المعلومة في قالب معين بعد اتخاذ قرار باختيارها، فهو متعلق بمسألة المعالجة الصحفية[80].

إن الحصول على فكرة ريبورتاج إذاعي مبتكر هي أصعب جزء في عمل المحرر، إذ تخضع عملية اختيار فكرة الريبورتاج إلى اعتبارات عدة أهمها أن تكون مستوحاة من

الأحداث الجارية أو مرتبطة بالقضايا التي تشغل الناس، ولابد أن تكون جديدة ومبتكرة وقادرة على جذب انتباه المستمع واهتمامه بالموضوع، سواء كان هذا الاهتمام متصلاً بالموضوع ككل أو بجانب معين من جوانبه، ما يتطلب الاهتمام الجيد بفكرته، وتحديد الزوايا التي سيركز عليها، والغرض من إجرائه، فقد يكون لغرض جمع معلومات، أو الكشف عن خلفيات بعضها، أو الكشف عن بعض الحقائق، أو مزيجاً من ذلك كله.

إنَّ مجرد جلوس المحرر للتفكير ملياً في الجوانب المختلفة لفكرةٍ ما، سواء مع نفسهِ أو مع زملائه، يعد بداية طيبة في فكرة ريبورتاج إذاعي، وأياً كان مصدر فكرة الريبورتاج الإذاعي فإنها تكتسب لدى كاتبها خصوصية معينة تأتي من المعالجة الصحفية المتميزة التي يقوم بها عند تنفيذها والتي يمكن أن تفرق بين الريبورتاج الذي قام به والريبورتاجات الأخرى التي يقوم بها زملاؤه حول الفكرة أو الموضوع ذاته، وبذلك تتضح حدود الذاتية والموضوعية في الأفكار الصحفية التي تظهر في الريبورتاجات الإذاعية، وفي هذا الصدد يقول خبراء الإعلام (إن المحررين الذين لا يعملون في ريبورتاج متعمق، نادراً ما يكون لديهم فكرة ريبورتاج، على الرغم من أنه يكون لديهم الكثير من الأفكار حول الريبورتاجات التي تظهر بالفعل)، فالصحفي لا يقع عادة على الموضوع الكبير بالصدفة أو بالاتكال على الحظ، ومهما كان المصدر فإن فكرة الموضوع لابد أن تتبلور عند المحرر ولابد أن يكون مقتنعاً بها سواء أكانت من اختياره أم من اختيار الآخرين، إذ إن الاقتناع يعني توفر الرغبة التي تعد شرطاً أساساً عند الكتابة، ويُشترط في الفكرة أن تكون قابلةً للتنفيذ، إذْ إنَّ الأفكار ليست جميعها صالحة للتنفيذ، كما أنَّ بعضها يكونُ صالحاً لذلك في وقتٍ أو موسمٍ معين، ومهما كانت الأفكار فهي انعكاس صادق لمواهب المحررين.

2) تحديد خطة العمل

إنَّ الريبورتاج الإذاعي عمل ميداني، وهو عملية بحث نشيطة وآنية عن المعلومات أينما وجدت، ولذلك بعد تحديد موضوع الريبورتاج وهدفه، يجري تعيين عناصر العمل الميداني، فيتم تحديد بداية ونهاية مرحلة العمل الميداني، ومكان الريبورتاج، والمواقع التي ينبغي زيارتها ومشاهدتها مشاهدة عينية، وكذلك تحديد شخصيات الريبورتاج التي يتوجب الاتصال بها وأماكن مقابلتها والكيفية التي يتم بها ذلك،

والمواضيع التي ستطرح على تلك الشخصيات، كما يستلزم تعيين العناصر الإيضاحية الأخرى التي يحتاجها الريبورتاج، وكذلك المصادر أو المراجع التي يمكن الرجوع إليها لدعم مادة الريبورتاج الإذاعي.

3) جمع المادة الأولية

المادة الأولية للريبورتاج الإذاعي هي البيانات الأساسية والمعلومات الخلفية للموضوع[*******]، وإن أساس العمل الصحفي الجيد كان وما زال هو القدرة على العثور على المعلومات الدقيقة بسرعة، غير أن المعلومات إذا كانت جميعها جاهزة وعامة أكثر من اللازم فلن يكون الريبورتاج مثيراً، فالصحفي الذي يستخدم أسهل الطرق لبحث قصته، يعد كمن يغش الجمهور، لأن المعلومات ستكون ناقصة أو خاطئة أو مكررة أو سبق نشرها، وبالنتيجة يكون قد حرم المستمعين من معرفة ما هو جديد ومثير من معلومات، ومن الضروري أن يحتفظ المحرر بقاعدة معلومات ليستثمرها في الريبورتاجات ذات الصلة، فهي توفر عليه عناء البحث عن الخلفية أو الاعتماد على الذاكرة، ويمكنه أن يستعين للحصول على ذلك بأرشيف المعلومات في الإذاعة والمكتبة الإذاعية وكذلك الكتب والمؤلفات التي تناولت الموضوع من قريب أو بعيد، ما يُمَكِّنهُ من الحصول على التطور التاريخي للموضوع من ناحية، وعلى البيانات الأساسية له من ناحية أخرى، فضلاً عما يرتبط به من أرقام إحصائيات، ما يتيح له ثقافة واسعة وإلمام كامل بجوانبه كلها.

وتعني هذه المرحلة دخول المحرر معترك الموضوع باحثاً مستقصياً ومستجلياً لفقراته جميعها حتى جذوره الأولية، وإذا كان المحرر يبحث في مشكلة أو ظاهرة معينة فإن عليه أن يتعمق في وجودها وأن يتعرف على مشاكلها لكي يتمكن من الربط بين الماضي والحاضر ويستخدم المفارقات أو المقارنات.

إن البحث الذي يجريه الصحفي بإصرار لجمع معلومات لموضوع ريبورتاجه يجعل هناك فرقاً بين ريبورتاج إذاعي يسجل الحقائق وريبورتاج آخر يشرح وينير المستمع، والبراعة تكمن في قدرة المحرر وسرعته في الوصول إلى الأماكن التي تنطوي على الحقائق الدقيقة، كاللجوء إلى دوائر وشبكات المعلومات، أو المكتبات العامة والمتخصصة، وقد يكون على صلة ممتازة بمن يعرفون أسرارها ويعرفون أين يجدون له ما يحتاجه من معلومات، ولا يكفيه أن يجمع معلوماته حسبما يسمح الوقت، إذ

لابدَّ أنْ يستوثقَ من أنها تمثل الحقيقة، ويمكن تأكيدها، وتسمى هذه العملية تقييم المعلومات، وهي من أهم أوجه عمل المحرر وأشدّها تحدِّياً.

4) تصنيف المعلومات وإبداء الملاحظات عليها

بعد جمع المعلومات يبدأ الصحفي بمرحلة تصنيف هذه المعلومات، إذ إنَّ عليه أن يحدد فيما إذا كانت المعلومات التي يريد معرفتها واقعة حقيقية أم خلفية تاريخية أم اسماً لشخص متخصص أم معلومات إحصائية، فالمهم أن يعد قائمة بأنواع المعلومات التي يريدها للريبورتاج، وعليه أن يحدد إن كانت هذه المعلومات مُهِمَّة للريبورتاج أم أنَّ أهميتها ثانوية؟ وهل تثيرُ الانتباه؟ فيقوم بترتيب قائمة المعلومات الأكثر أهمية فالأقل أهمية وهكذا. ثم عليه أن يعرف كيف سيستخدم هذه المعلومات، وهل سيذيع نص المعلومات كما ذكرها له المصدر أم سيوظفها بصورةٍ أخرى، ويستلزم ذلك منه تحديد كل معلومة يريدها وكيف يحتمل أن يستخدمها. وتلك الملاحظات هي التي تحدد للمحرر نوع المعلومات التي يحتاج إليها، فتبدأ عملية تركيز البحث، إذ يتم الإبقاء على المعلومات المطلوبة وتدوين الملاحظات عليها واستبعاد المعلومات الأخرى، والبحث المُرَكَّز في حصيلة المعلومات التي جمعها الصحفي يجعله قادراً على قراءة ما يتوقعه المستمع بصورة سليمة، فيسعى بذلك إلى إرضاء توقعاته، كما أنه يوفر له الخلفية التي تُمَكِنهُ من توجيه أسئلة جيدة للمصادر لغرض حصوله على أفضل الإجابات.

5) تنفيذ الريبورتاج

يبدأ تنفيذ الريبورتاج عندما يخطو المحرر خطوته الأولى في البحث عن المعلومات الحية في الموضوع، والمعلومات الحية توجد بالدرجة الأولى لدى الأشخاص الذين يدور حولهم الريبورتاج أو يمسهم من قريب أو بعيد، ومعنى ذلك إنَّ المحرر قد يجري العديد من المقابلات الصحفية مع عدد من الأشخاص الذين قد يضيفون معلومات مهمة عن الموضوع، سواء أكانوا مسؤولين أم متخصصين أو باحثين أو مواطنين يمسُّ الموضوع حياتهم أو مصالحهم، وهذه المقابلات تتطلب إعداداً مُسبقاً من المحرر، ومن الضروري ملاحظة إنَّ المعلومات (الحَيَّة) في الريبورتاج لا تؤخذ فقط من الشخصيات التي يَمسّها الموضوع وإنما من بعض الوثائق أو البيانات أو التقارير أو الأرقام التي لم تُعلن سابقاً وتحتوي على بيانات مهمة في الموضوع ويمكن أن تشكل مصدراً أكثر حيوية من الشخصيات الحية.

6) كتابة الريبورتاج

تختلف كتابة الريبورتاج الإذاعي من واقع المعلومات التي يتم جمعها والملاحظات التي يبديها المحرر عليها عند كتابة الريبورتاج الذي يعتمد على ما يشاهده ويسمعه ويتفاعل معه المحرر عبر التصاقه بمواقع الأحداث وأشخاصها وعناصرها الأخرى، وإن الأساس في فن التحرير الإذاعي هو الإفهام، والتعريف بما يجري من حول المستمع، وجذب المستمع وتشويقه للمتابعة، ثم التأثير والإقناع والتوجيه والإرشاد[81].

إن الكتابة من واقع المعلومات التي يتم جمعها تستهدف التنوير والتثقيف، ولذلك فإن الريبورتاج في هذه الحالة يُكتب بالأسلوب الذي يُقدِّمُ خبرةً أو يعرضُ تجربةً أو يتناولُ قضيةً تَعايشَ معها المحرر دراسةً واستطلاعاً وتقصياً للمعلومات بهدف تسليط الضوء على زواياها المتعددة. في حين أنَّ الكتابة عبر الالتصاق ببيئة الريبورتاج تعتمد على الحوار والمناقشة وتقديم صورة واقعية تجسيدية للأحداث والمشاعر والمعاني، ولذلك فإنَّ الريبورتاج في مثل هذه الحالة يقدم نفسه كفن تصويري تتفاعل فيه الكلمات مع العناصر الأخرى بما يلقي الضوء على موضوع الريبورتاج ويخلق الإحساس بواقعيته.

إنَّ كتابة الريبورتاج الإذاعي على وفق أيٍّ من القوالب الفنية، تتكون من ثلاثة أجزاء هي: المقدمة، والصلب، والخاتمة، وذلك على النحو الآتي[82]:

أ. يبدأ الريبورتاج الإذاعي بالمقدمة التي يجب أن تكون قصيرة في مساحتها الزمنية، كافية لجذب المستمعين لمتابعة البرنامج، مثيرة لاهتمامهم، ومقنعة لهم بأن ما يسمعونه متصل بحياتهم، ولهذا يجب أن تكون المقدمة واضحة ومختصرة ومفيدة.

ب. يلي ذلك مباشرةً (حلقة الوصل) التي تربط بين المقدمة والصلب وتمهد لانتقال المستمع من المقدمة إلى صلب الريبورتاج، وفيها يعمد كاتب الريبورتاج عادةً إلى ذكر معلومات جديدة ومثيرة لكسب المستمع وإشعاره بأنَّ ما سيسمعهُ جديدٌ على مسمعهِ.

ج. بعد ذلك يتدرج الريبورتاج إلى (صلبه) متضمناً الوقائع والأدلة والأمثلة والشواهد، معروضة عرضاً شائقاً ومسلسلاً، بحيث لا يشعر المستمع في أي فقرة من فقرات الريبورتاج بأنه يميل إلى عدم متابعة الاستماع له.

د. بعد ذلك يأتي (ختام الريبورتاج) وينبغي ألاّ تقل هذه الخاتمة أهميةً عن المقدمة، بوصفها آخر ما سيبقى منطبعاً في ذهن المستمع بعد انتهاء البرنامج.

هوامش الفصل الأول

(1) أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، القاهرة، بيروت، دار الكتاب المصري ودار الكتاب اللبناني، 1985، ص142.

(2) إبراهيم السامرائي، المعجم الوجيز في مصطلحات الإعلام، بيروت، مكتبة لبنان ناشرون، 1999، ص102.

(3) محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي، مختار الصحاح، الكويت، دار الرسالة، 1983، باب الحاء، مادة حقق.

(4) مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز، القاهرة، وزارة التربية والتعليم، 1994، باب الحاء.

(5) عبد العزيز شرف، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، القاهرة، دار قباء، 2000، ص ص311-312، نقلاً عن: كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، ص825.

(6) محمود بن عمر الزمخشري، أساس البلاغة، بيروت، دار صادر، 1979، مادة حقق.

(7) كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، جدة، دار المشرق، 1987، ص157.

(8) عبد اللطيف حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي، ط3، القاهرة، دار الفكر العربي، 1965، ص416.

(9) إجلال خليفة، اتجاهات حديثة في التحرير الصحفي، القاهرة، دار الهنا للطباعة، 1972، ص65.

(10) كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، مصدر سابق، ص176.

(11) جون أولمان، التحقيق الصحفي: أساليب وتقنيات متطورة، ترجمة: ليلى زيدان، القاهرة، الدار الدولية، 2000، ص19.

(12) فلاح كاظم المحنة، البرامج الإذاعية والتلفزيونية، بغداد، بيت الحكمة، 1988، ص283.

(13) قيس الياسري ويونس الشكرجي، فن المقابلة والتحقيق الصحفي، بغداد، دار الحكمة، 1991، ص144، نقلاً عن: فيليب غليار، تقنية الصحافة.

(14) إبراهيم إمام، دراسات في الفن الصحفي، القاهرة، المكتبة الانجلو مصرية، 1972، ص139.

(15) فلاح كاظم المحنة وسؤدد القادري، الفنون الإذاعية والتلفزيونية، الموصل، دار الحكمة، 1990، ص24.

(16) إجلال خليفة، الصحافة، القاهرة، دار الطباعة الحديثة، 1967، ص116.

(17) محمد حمد خضر، مطالعات في الإعلام، ط2، الرياض، دار المريخ، 1987، ص710.

(18) عبد اللطيف حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي، ط3، القاهرة، دار الفكر العربي، 1965، ص246.

(19) إجلال خليفة، فن التحرير الصحفي، القاهرة، المكتبة الانجلو مصرية، 1980، ص245.

(20) جلال الدين الحمامصي، من الخبر إلى الموضوع الصحفي، القاهرة، دار المعارف، 1966، ص179.

(21) قيس الياسري ويونس الشكرجي، مصدر سابق، ص144.

(22) ايوار تريكل وآخرون، الريبورتاج الإذاعي، ترجمة: حافظ القباني، بغداد، دار الحرية، 1973، ص12.

(23) المصدر نفسه، ص66.

(24) Wolfe Tom, The New Journalism, Pan Books ltd. London, 1975, p.15.

(25) محمود أدهم، التحقيق الصحفي الأنموذجي وصحافة الغد، القاهرة، دار الثقافة، 1984، ص12.

(26) المصدر نفسه، ص247.

(27) عبد اللطيف حمزة، مصدر سابق، ص247.

(28) السيد احمد مصطفى عمر، الكتابة والتحرير الصحفي: رؤية جديدة، دبي، دار القلم، 2004، ص256.

(29) Novak R. D, The journalism , New York , 1976 ,p.16.

(30) جان جبران كرم، مدخل إلى لغة الإعلام، بيروت، دار الجيل، 1986، ص53.

* أحد قادة مصر في زمن الفراعنة، عاش للفترة (1490 – 1436 ق.م)، وكان يدون بنفسه الأحداث اليومية في درج جلدي أثناء حصار جيشه لمدينة مجدو الفلسطينية. أنظر: رمزي ميخائيل جيد، تطور الخبر في الصحافة المصرية، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1985، ص11.

** درجَ العربُ على استخدام عبارة (أدب الرحلات) للإشارة إلى كتابات الرحّالة المسلمين وغيرهم التي يصفون فيها البلدان والأقوام، ويذكرون فيها أحداث تجوالهم ودوافع رحلاتهم. أنظر: حسين محمد فهيم، أدب الرحلات، عالم المعرفة، العدد 138، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، يونيو 1989، ص13.

(31) محمود أدهم، التعريف بالمجلة، ماهيتها، قصتها، مادتها، خصائصها، القاهرة، بدون ناشر، 1985، ص203.

*** ظهرت كتابات كثيرة مشابهة لآخرين ومنهم: أبو دلف المهلهل، والاصطخري الكرخي، وياقوت الحموي، والبيروني، وابن سعيد العبدري، وابن رشيد السبتي، وإبن حوقل، وعبد الرحمن بن خلدون، والرحالة ابراهيم بن يعقوب وغيرهم. أنظر: المصدر نفسه، ص203.

**** صدر العدد الأول منها بتاريخ 29 أغسطس 1798م واستمرت بالصدور لغاية 30 يونيه 1801م، وصدر منها 116 عدداً، وكانت موجهة لجنود الحملة. أنظر: تيسير أبو عرجة، دراسات في الصحافة والإعلام، عمان، دار مجدلاوي، 2000، ص32. ورمزي ميخائيل جيد، مصدر سابق، ص19.

***** صدرت في مصر بتاريخ 1 أكتوبر 1798م، وسميت بالصحيفة العشرية لأنها كانت تصدر مرة كل عشرة أيام. أنظر: تيسير أبو عرجة، مصدر سابق، ص32، ورمزي ميخائيل جيد، مصدر سابق، ص21.

(32) محمود فهمي، الصوت والصورة، القاهرة، مطبعة المعرفة، بدون تاريخ، ص25.

(33) كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، مصدر سابق، ص175.

(34) ولبر شرام، أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية، ترجمة: محمد فتحي، القاهرة، الهيئة العامة للكتاب، 1970، ص7.

(35) صلاح فضل، بلاغة الخطاب وعلم النص، عالم المعرفة، العدد 164،

الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، أغسطس 1992، ص ص14-16.

(36) فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ترجمة: احمد عوض، عالم المعرفة، 263، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 2000، ص10.

(37) أنظر في ذلك: عبد العزيز شرف، اللغة الإعلامية، بيروت، دار الجيل، 1991، ص ص41-43 وعبد العزيز شرف، العربية لغة الإعلام، الرياض، دار الرفاعي، 1983، ص58.

(38) ر. هـ. روبنز، موجز تاريخ علم اللغة في الغرب، ترجمة: أحمد عوض، عالم المعرفة، العدد 227، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، نوفمبر 1997، ص17.

(39) عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2003، ص20.

(40) هادي نعمان الهيتي، في فلسفة اللغة والإعلام، القاهرة، الدار الثقافية للنشر، 2007، ص26.

(41) محمد حسن عبد العزيز، لغة الصحافة المعاصرة، القاهرة، دار المعارف، 1979، ص5.

(42) عبد الوارث عسر، فن الإلقاء، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1993، ص22.

(43) محمد إسماعيل محمد، الكلمة المذاعة، القاهرة، مكتبة النهضة المصرية، 1960، ص65.

(44) يوسف مرزوق، الخدمة الإخبارية في الإذاعة الصوتية: دراسة حول القائم بالأخبار، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1986، ص37.

(45) نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، عالم المعرفة، العدد 265، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، يناير 2001، ص386.

(46) روبرت هيليارد، الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة، ترجمة: مؤيد حسن فوزي، العين، دار الكتاب الجامعي، 2003، ص85.

(47) محمد الدروبي، الصحافة والصحفي المعاصر، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1996، ص224.

(48) شيرلي بياجي، المقابلة الصحفية فن، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الجمعية المصرية لنشر المعرفة الثقافية العالمية، 1991، ص167.

(49) فائق فهيم، الإعلام المعاصر، الرياض، دار الوطن، 1985، ص271.

(50) جون أولمان، مصدر سابق، ص93.

(51) محمد معوض إبراهيم، برامج الحوار في القنوات الفضائية ظاهرة تحتاج إلى علاج، مجلة الإذاعات العربية، العدد 3، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، 2002، ص15.

(52) كارولين ديانا لويس، التغطية الإخبارية للتلفزيون، ترجمة: محمود شكري العدوي، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 1993، ص139.

****** صحفية ايطالية تعد واحدة من الصحفيات المشهورات في فن إجراء الحوار. أنظر: المصدر نفسه، ص16.

(53) يوسف مرزوق، المدخل إلى حرفية الفن الإذاعي، القاهرة، مكتبة كمال الدين، 1987، ص101.

(54) سعد لبيب، دراسات في الفنون الإذاعية، بغداد، مطبعة الأديب البغدادي، 1973، ص168.

(55) محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، القاهرة، دار الفكر العربي، 1992، ص200.

(56) عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية لغة العصر، القاهرة، دار الفكر العربي، 1987، ص73.

******* وفقاً لنظرية أفلاطون فإن الموسيقى خدمت البشرية في تحقيق التوحد بين أحاسيس البشر، ومختلف عناصر الحياة في المجتمع الواحد، وبين المجتمعات المختلفة. أنظر في ذلك: يوسف السيسي، دعوة إلى الموسيقى، عالم المعرفة، العدد46، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، أكتوبر 1981، ص9.

(57) عبد الله شقرون، فن الإذاعة، تطوان، المطبعة المهدية، بدون تاريخ، ص23.

(58) كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، مصدر سابق، ص187.

(59) إيوار تريكل وآخرون، مصدر سابق، ص10.

(60) كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، مصدر سابق، ص178.

(61) فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، ط2، القاهرة، عالم الكتب، 1983، ص97.

(62) ليوناردو راي تيل ورون تيلر، مدخل الى الصحافة: جولة في قاعة التحرير، ترجمة: حسن حمدي، القاهرة، الدار الدولية، 1990، ص207.

(63) جلين ويلسون، سيكولوجية فنون الآداب، ترجمة: شاكر عبد الحميد، عالم المعرفة، العدد 258، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، مارس 2000، ص18.

(64) محمود أدهم، التحقيق الصحفي، القاهرة، دار الثقافة، 1981، ص68.

(65) قيس الياسري ويونس الشكرجي، مصدر سابق، ص159.

(66) بيير البير، الصحافة، ترجمة: فاطمة عبد الله محمود، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1987، ص63.

(67) William Bluem, Documentary in America Television. P.P. 197.

(68) سعد لبيب وكرم شلبي، الصحافة الإذاعية، بغداد، معهد التدريب الإذاعي، 1972، ص ص25-26.

(69) كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، مصدر سابق، ص ص179-180.

(70) جلال الدين الحمامصي، من الخبر إلى الموضوع الصحفي، القاهرة، دار المعارف، 1966، ص178.

(71) إبراهيم إمام، دراسات في الفن الصحفي، القاهرة، المكتبة الانجلو مصرية، 1972، ص154.

(72) خليل صابات، الصحافة مهنة ورسالة، القاهرة، دار المعارف، بدون تاريخ، ص6.

(73) Lwies James, The Active Reporter, Vikas Publications Press Institute of India, India, 1969.p.p.35-41.

(74) هربرت سترنر، المراسل الصحفي ومصادر الأخبار، ط2، ترجمة: سميرة أبو سيف، القاهرة، الدار الدولية، 1989، ص68.

(75) محمود فهمي، الفن الصحفي في العالم، القاهرة، دار المعارف، 1964، ص121.

(76) عبد العزيز الغنام، مدخل في علم الصحافة، ج3، إنتاج البرامج الإذاعية، القاهرة، المكتبة الانجلو مصرية، 1983، ص150.

(77) أوستن راني، قنوات السلطة: أو تأثير التلفزيون في السياسة الأمريكية، ترجمة: موسى جعفر، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، 1986، ص45.

(78) محمد فريد محمود عزت، دراسات في فن التحرير الصحفي في ضوء معالم قرآنية، جدة، دار الشروق، 1984، ص ص207-208.

(79) محمود أدهم، أدب الجاحظ من زاوية صحفية، القاهرة، بدون ناشر، 1986، ص25.

(80) محمود إبراهيم خليل وشريف درويش الbان، اتجاهات حديثة في الإنتاج الصحفي، ج1، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2000، ص120.

(*******) الفرق بين البيانات والمعلومات هو أنَّ البيانات هي المُعطيات الأولى التي تستخلص منها المعلومات، أما المعلومات فهي ناتج معالجة البيانات، تحليلاً وتركيباً، لاستخلاص ما تتضمنه أو تشير إليه من مؤشرات وعلاقات ومقارنات وموازنات ومعدلات وغيرها، وعليه فإنَّ البيانات هي ركيزة المعلومات، وهي المتغير المستقل الذي لا يستحدث، والمعلومات هي المتغير التابع، وتعرف المعلومات بأنها تلك التي تؤدي إلى تغيير سلوك وفكر الأفراد واتخاذ القرارات، وبعضهم قال عنها إنها أيّ إختلاف يؤدي إلى اختلاف. انظر: نبيل علي، العرب وعصر المعلومات، عالم المعرفة، العدد184، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، أبريل 1994، ص ص43-44.

(81) عبد الجواد سعيد محمد ربيع، فن الخبر الصحفي: دراسة نظرية وتطبيقية، القاهرة، دار الفجر، 2005، ص15.

(82) محمد فريد محمود عزت، مصدر سابق، ص210.

الفصل الثاني

الأطر النظرية للبناء الفني

للريبورتاج الإذاعي

البناء الفني للريبورتاج الإذاعي

يُحيلُ لسانُ العربِ دلالة (البناء) على أنهُ نقيضُ الهدمِ، واستعملت هذه المفردة للدلالة على إنشاء القصور والسفن[1]، ويبدو أنَّ اللغويين العرب رأوا أنَّ البناء (الهيكل الثابت للشيء فتحدَّثَ النُحاةُ عن البناء مقابل الإعراب، كما تصوَّروهُ على أنهُ التركيب والصياغة)[2]، ومنهُ دخلوا للحديثِ عن بناء القصيدة، وبناء الخطبة، والمقامة، ليترَسَّخَ مفهوم البناء بمعنى الإنشاء والتكوين والصياغة عند ناقدين مهمين هما الآمدي والحاتمي[3]، وهو المعنى القريب إلى الاستعمال المعاصر للبناء الفني في القصيدة والقصة والرواية والفنون الصحفية المتعددة كالخبر والريبورتاج والمقال وغيرها.

تتأسسُ البنية الموضوعية للرسالةِ الإعلاميةِ على جدليةِ العلاقةِ بينَ الشكلِ والمحتوى، فمعظم الأفكار الصحفية لا تصلحُ للمعالجةِ إلاّ على مستوى أشكال معينة وقوالب تكون بمثابة الإطار أو الوعاء الذي تبنى فيه المادة لتقدم للمتلقي، ومِنْ ثمَّ فإنَّ للأساليب والقوالب الصحفية تأثيرات على طبيعة مضمون المادة المقدمة للجمهور، كما أن التطورات التي تحدث سواء على القوالب أو المضامين فإنها تترك تأثيراتها على الاثنين معاً، وعلى هذا فإنَّ العلاقات الرابطة بينها هي علاقات تأثير وتأثر، ذلك أنَّ الشكل ركن أساس في العمل الإعلامي وينطوي على أهمية كبيرة حينما يُستَخدَم استخداماً جيداً إذ يسهم في رفع مستوى المادة الإعلامية من الناحية الجمالية ويكون بذلكَ قادراً على إحداثِ التأثيرِ المطلوبِ في نفسِ المتلقي، فعندما يسعى الصحفي لتقديم مادةٍ ما فإنَّ مِنْ واجبهِ اختيار الشكل أو القالب الفني الذي من شأنهِ إيصال هذه المادة كاملة وواضحة إلى الجمهور.

إنَّ الوظائف المُتعدِّدة هي التي تخلقُ الأشكال والقوالب الصحفية المناسبة لها سواء في الصحف أو الإذاعة أو التلفزيون، فلكلِّ وظيفةٍ أشكالها وأساليبها الفنية التي تناسبها، وتقومُ الوسيلة الإعلامية عن طريقها بأداءِ وظائفها المتعددة في ظلِّ المنافسةِ الشديدةِ مِنْ جانبِ وسائلِ الاتصالِ الأخرى، وفي إطار التطور التكنولوجي للمجتمع ككل ولوسائله الاتصالية وتغير قيم الجمهور واهتماماته.

إنَّ الإنتاج الإذاعي لبرامج الريبورتاج ووضعها موضع التنفيذ الفني يتطلب معرفة

طبيعة العمل في هذا المجال وإدراك طبيعة المادة الأولية الأساسية لتشكيل هذا الإنتاج، ومن ثم أشكال القوالب الفنية التي تستخدم في تحديد هذه المادة الأساسية وتشكيلها. ومن هذا المنطلق فإنَّ أشكال الإنتاج الإذاعي تحددت سماتها كأشكال وقوالب فنية قائمة بذاتها، وهي قوالب تستخدمها جميع محطات الإذاعة في العالم بشقيها المسموع والمرئي(4).

ويُعد الريبورتاج أسلوباً مركباً يُوَحِّدُ عناصر السيرة الشخصية أو التاريخية ومواد الحوارات والعرض والتقرير بعنصري التأثير والفاعلية، وكلها تقدم لنا مُجتمعةً كمضمونٍ في إطار الريبورتاج الذي يمكنُ تشبيهُ بلوحةٍ تصويريةٍ لتطور الأحداث على اختلافها(5).

إنَّ إنتاج برامج الريبورتاج الإذاعي هو إنتاج فني، شأنهُ شأن أيّ فن آخر، لابد أن ينطوي على شكلٍ ومضمونٍ، وإنَّ الفنان الذي يقدم فناً للناس إنما يقدمه عن طريق شكلٍ معينٍ، وهذا الشكل هو بمثابة القالب الذي يصب فيه المضمون ليقدمه إلى جمهور المستمعين(6).

والقوالب الفنية التي تستخدم في الريبورتاج الإذاعي، وَإِنْ كانت قد استخدمت من قبل في وسائل الإعلام المقروءة قبل ظهور الإذاعة وبعدها، إلا أنه من الممكن القول إنَّ هذه القوالب أُخْضِعَتْ لطبيعةِ الإذاعة واشتراطاتها وأصبحت قوالب فنية مُختصَّة بها، لذلك فإنَّ معرفة هذه القوالب ومحاولة حصرها وفهمها ضرورة من ضروراتِ إنتاج الريبورتاج الإذاعي الناجح(7).

يقومُ بناء الريبورتاج الإذاعي على الأُسُسِ نفسها التي يقوم عليها البناء الدرامي إذ يقتضي من العاملين في الإذاعة فَهْمَ هذه الحقيقة جيداً ليتمكنوا من تقديم ريبورتاجات إذاعية مقبولة من ناحيتي الشكل والمضمون. فبرامج الريبورتاج يمكن أن تكون درامية ولكن ليس بالمعنى الدرامي المتعارف عليه في المسرح والتلفزيون وغيرهما، فالريبورتاج يقدم عرضاً ملخصاً لموقف حقيقي، ولكن بطريقة تختلف عن التقديم الدرامي المحض.

وبما إنَّ الريبورتاج هو أسلوب مركب، فإنه يسعى إلى الإقناع في الوقت الذي يؤكد فيه الحقائق، فضلاً عن قوته التأثيرية أو ما يطلق عليه بـ (الانفعالية) التي يمارسها كاتبه بأسلوبه الخاص الذي يستجيب فيه لاحتمالات تأويل تلك الحقائق المطروحة

فيه، فالريبورتاج يمتلك قوة مؤثرة على التصور الدقيق للمستمع ويحوله من مجرد مستمع إلى مشارك بوجدانه في الحوادث التي يقدمها تحت قوة ذلك التأثير، بل يجعلُ منه مُحلِّلاً للقضايا العامة التي تنبع نتيجة ذلك التحليل، بمعنى يجعله مشاركاً في تأويل دلالات الحدث.

لذلك غالباً ما نجد في الريبورتاج معالجة ذاتية متميزة للجوانب ذات السجية العاطفية أو الدرامية أو الشخصية، أي الجوانب التي تنطوي على ما يثير الاهتمامات الإنسانية، بمعنى آخر إنَّ كاتب الريبورتاج يتبنى طريقة ذاتية من أجل أنْ يصوِّرِ الصفة الإنسانية في الموضوع، فهو يركز على زاوية الطابع الإنساني للموضوع ويعالجها معالجة ذاتية عبر عملية إعداد مادة الريبورتاج التي تمثل المعالجة الفنية لنص المادة الإذاعية لكي يقدمها بالطريقة المناسبة والقالب الفني الملائم لطبيعة الإذاعة المسموعة كوسيلة إعلامية.

فالريبورتاج الإذاعي لابد أن يقدم الحقائق والمعلومات إلى المستمعين بطريقة تجذب انتباههم وتدفعهم إلى الاستماع من دون أن يضيع شيئاً منها، وهدفهُ يتجاوز المشاركة والإمتاع إلى ما هو أغنى.

ويتوقف نجاح الريبورتاج الإذاعي على اختيار الموضوع، وأسلوب عرضه، والوصف الدقيق لعناصره المختلفة، ومما يساعد على ذلك إظهار الكاتب للمسة إنسانية في الموضوع يبرز فيها آمال الآخرين ومشاعرهم المختلفة[8].

إنَّ صياغة الريبورتاج لا تتوقف على المحرر فحسب، بل إنه أحد المشاركين في التأليف والكتابة، إذ إنَّ الكتابة الإعلامية هي إعادةُ كتابةٍ، كما يقول خبراء التأليف الإعلامي، فكتابة الريبورتاج الأساسية ما هي إلا نسخة أولى، أما النسخة الأخيرة فهي خلاصة شطب وتحوير وتلخيص وإضافات وتجزئة وتوجيهات تقوم بها جهات متعددة في المؤسسة الإعلامية، وهدفها في النهاية تقديم ريبورتاج تتكامل في إطاره العام فكرة الاتصال المباشر بالمستمع أيّاً كان.

ويجمع الريبورتاج بين عرض الوقائع ورأي الكاتب أو المنتج، ويتمثل ذلك في طريقة انتقاء الحقائق والأسلوب الفني الذي تعرض فيه بشكل جذاب، فهو يقدمُ وجهاتَ نظرٍ عدَّة، عاطفية ومادية، بأسلوبٍ درامي متصاعد إلى أن يتم الوصول إلى الذروة، كما هو الحال في بناء المسرحية، ولابد أن تكون هذه العناصر كلّها مرتبطة مع بعضها

ترابطاً بنائياً محكماً، وحاملة عنصر التشويق إلى مكان (الانفجار الأخير) إنْ صَحَّ التعبيرُ. فالمستمعون يجب أن يوضعوا في مركز الفعل ليتحسَّسُوه بصورةٍ أفضل.

والريبورتاج بحد ذاته مادة إذاعية يمكن وصفها بالمادة المنقوشة أو المزخرفة، فهو يتألف من خليط متنوع، جميل ومتجانس، والتآلف الجمالي يوحد تلك المواد المتجانسة، ويتألف كذلك من عناصر عدة، تقدم بأساليب مختلفة يتم توحيدها بشكل فني متجانس.

إن الأساليب الفنية المعاصرة لفن الريبورتاج الإذاعي تقترب فيما بينها وتأخذ من بعضها البعض أفضل الجوانب، إذ أنها تؤثر وتتأثر بغيرها، ويمكن القول إن الأساليب الفنية المعاصرة في كتابة الريبورتاج يغني أحدها الآخر، وإن لكل أسلوب منها علاماته أو لمحاته التي تحدد سماته الأصلية. فالريبورتاج هو (إطار تحفظ بداخله الحوادث مضغوطة بكل حيويتها)[9].

القوالب الفنية للريبورتاج الإذاعي

ليست هناك وصفة جاهزة أو قالب فني معين وثابت لكتابة الريبورتاج الإذاعي، ولكن الذي يقرر شكل القالب الفني له هو معد الريبورتاج، فهو الذي يحدد الطريق الذي يسلكه في كل حالة في ضوء الفكرة وطبيعة الموضوع أو الحدث الذي يتناوله الريبورتاج، إذ إن إعداد ريبورتاج حول الأحداث السياسية الجارية يختلف بالضرورة عن إعداد ريبورتاج يتناول موضوعاً ثقافياً مثلاً.

وعلى الرغم من وحدة هدف الريبورتاج الإذاعي في البحث عن الحقيقة وكشفها للجمهور المستهدف إلا أن شكله وطريقة بنائه الفني تختلف من موضوع إلى آخر ومن بلد إلى آخر، وتتعدد الأساليب الفنية لكتابة الريبورتاج وفقاً للأنظمة الإذاعية، وإن على كاتب الريبورتاج اختيار القالب أو الشكل المناسب له، ولا توجد علاقة لمدة وقوع الحدث مع الريبورتاج فقد يقدم ريبورتاج لمهرجان يستمر لأيامٍ عدَّة في دقائق فقط، ويتم ذلك بعرض أهم أجزاء الحدث وأكثرها درامية وصلاحية، مع ربطها بنصوص ملائمة ضمن قالب فني مناسب.

وفي القوالب جميعها فإن الخروج من المقدمة إلى جسم الريبورتاج يحكمه التدرج

الطبيعي للانتقال وعدم القفز بشكل مباشر إلى الموضوع، فعن طريق تقديم الأسباب المهمة التي دعت إلى تناول الموضوع، يبدأ الدخول التدريجي عبر الإجابة عن مجموعة من الأسئلة التي يطرحها الريبورتاج على وفق قالب أو أكثر من القوالب الفنية المعروفة للريبورتاج، وهذا الأمر يتطلب من كاتب الريبورتاج البحث في مضمون المادة الصحفية والنظر إلى أي القوالب التي تتناسب معها.

يشير بعض المختصين إلى أن شكل الريبورتاج الإذاعي عموماً هو شكل الهرم المعتدل إذ يبدأ بالتقديم للمشكلة التي يعالجها الريبورتاج ثم المقابلات والوصف والانطباع الذي يتولد عند المحرر، فالخاتمة التي تتوصل إلى حل المشكلة التي ينبغي أن تكون قاطعة ومشحونة بالحيوية. وتستمد الخاتمة خصائصها من طبيعة الريبورتاج نفسه، فإذا كان من النوع الإعلامي الذي تعرض فيه الحقائق والآراء المختلفة فإن الخاتمة المناسبة له هي تلك التي توجز مجموع الأفكار والآراء وتربطها مع بعضها بعضاً وتستخلص منها النتائج المنطقية المترتبة على المعلومات والأحاديث والآراء. أما موضوعات البحث في المشاكل العامة فالخاتمة المناسبة لها هي التي تقدم اقتراحات إيجابية وحلولاً فيما يتصل بالمسائل العامة المطروحة للمناقشة والدراسة[10].

أسس اختيار القوالب

هناك أنواع مختلفة من القوالب التي يستخدمها المحررون لكتابة موضوعات الريبورتاج، غير أن هناك ضوابط عامة وأسساً لاختيار القالب نذكرُ منها:

1) إن كل قالب يتكون من ثلاثة أجزاء رئيسة هي: مقدمة وجسم وخاتمة، يتم التدرج أثناء الانتقال من جزء إلى آخر، ويجب مراعاة التناسب الكامل بين أجزاء الريبورتاج بحيث لا تزيد مثلاً (المقدمة) عن (الجسم)، وإنَّ تطور الموضوع في الريبورتاج الجيد يخضع لقوانين معينة وهذه القوانين تبدأ من المقابلة التي تعتمد على الكلام كمادة أساسية، أو الخطاب في المناسبة، أو الكلمة الافتتاحية في الحفل، أو الحدث التمهيدي، ثم تأتي الذروة أو قمة الحدث أو المناسبة، وأخيراً توضع الصيغة المناسبة للخاتمة التي تمثل تلخيصاً للحقائق الأساسية لموضوع الريبورتاج أو تأكيداً للقضية المهمة التي من أجلها عرض الريبورتاج في الإذاعة وعندئذٍ

يستطيع كاتب الريبورتاج أن يقدم الاستنتاجات المستخلصة.

2) يمكن استخدام أكثر من قالب في ريبورتاج واحد.

3) هناك صيغة تكاد تكون موجودة في أي ريبورتاج إذاعي مهما اختلف القالب تخص صيغة الريبورتاج من حيث الشكل والتسلسل تبدأ بالمدخل وتطور الموضوعات ومن ثم الخلاصة.

4) لكل مادة من مواد الريبورتاج إيقاع معين قد يختلف عما قبله وما بعده وهنا تظهر براعة القائم على الريبورتاج، فالإيقاع أمر على غاية الأهمية إذ ينبغي لمعد الريبورتاج إيجاد وحدة إيقاعية تجمع في خط واحد بين الإيقاعات المختلفة بحيث تمتزج كلها في إيقاع واحد متكامل.

5) يختلف المحررون فيما بينهم عند اختيار قوالب الريبورتاجات في الموضوع الواحد، إذ إنَّ كل واحد منهم ينظر إلى الموضوع من زاوية معينة يجري على أساسها اختيار القالب الفني الذي ينسجم مع مضمون الفكرة أو المشكلة أو الظاهرة التي يتناولها، فطبيعة الموضوع هي التي تفرض على المحرر نوع القالب الفني أو الأسلوب الذي يختاره في كتابة الريبورتاج.

6) يعد القالب أحد الموازين التي يتم عن طريقها تقييم الريبورتاجات وفرز الجيد منها.

7) ونضيف هنا أنَّ طبيعة الجمهور المستهدف تؤثر أحياناً على المحرر في اختيار القالب أو الأسلوب الذي يختاره للريبورتاج ليكون مناسباً لشريحة المستمعين التي يستهدفها، فلم تعد النظرة إلى الجمهور على أنه مُجَرَّد حشد أو متلقٍ سلبي، وأصبح يُنظر إليه على انه شريك إيجابي في العملية الاتصالية[11]، وإنَّ العنصر الضروري في نَسَقِ الاتصال يتمثل في التوافق والتناغم بين المُرسل والمتلقي، إذ إنَّ المرسل لابدَّ أن يضع في حسبانهِ إعداد رسالتهِ بِطَريقةٍ تُمَكِّنَهُ مِنْ تحقيق هذا العنصر الواضح في الإذاعة، والذي لا يَتَحَقَّق إلاّ بربط الرسالة بجوانب من خبرته تشابه إلى حدٍّ كبير خبرة الجمهور[12].

أنواع القوالب

لقد اختلفت تصنيفات القوالب الفنية لكتابة الريبورتاج الإذاعي تبعاً لاختلاف خبراء الإعلام على النحو الآتي:

1. قالب الهرم المعتدل المبني على العرض الموضوعي:

الموضوعية تعني أن يتم التعبير عن الموضوع المراد إيصاله إلى الجمهور من دون التأثر مباشرة بالجوانب الذاتية وقضاياها واهتماماتها ولا بالعواطف أو التصورات والتخيلات والعقائد والميول الشخصية، بمعنى الاحتكام إلى الموضوع من أجل الموضوع نفسه.

وفي هذا القالب يعرض محرر الريبورتاج وبشكل موضوعي القضية أو المشكلة التي يتناولها الريبورتاج من خلال مقدمة يحرص فيها على إثارة اهتمام المستمع بالموضوع، وتأخذ هذه المقدمة أشكالاً عدة منها قيام المحرر بالتركيز على الزاوية الأساسية لموضوع الريبورتاج، أما بقية زوايا الموضوع فيعرضها في جسم الريبورتاج، ثم تأتي الخاتمة لتقدم خلاصة ما انتهى إليه المحرر من آراء وتصورات أو حلول للقضية أو المشكلة التي يتناولها ريبورتاجه.

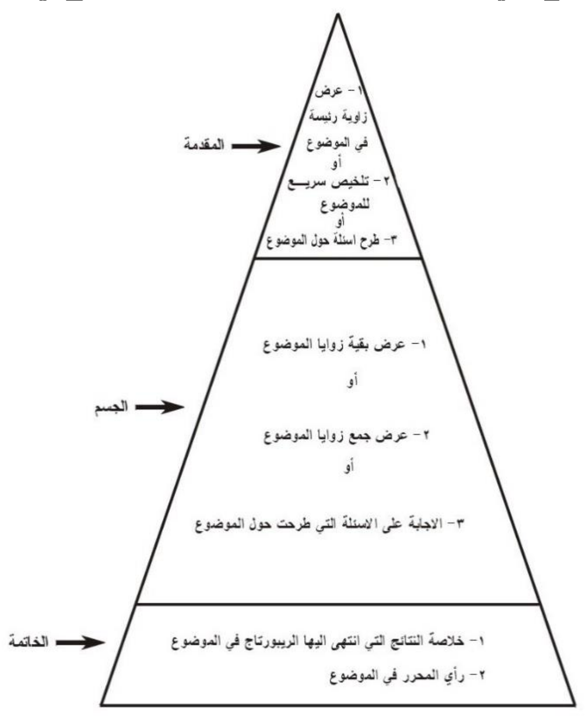
وقد تأخذ المقدمة شكل التلخيص السريع لزوايا الموضوع جميعها، ثم عرض كل زاوية من هذه الزوايا بالتفصيل في جسم الريبورتاج، وهناك أيضاً المقدمة القصصية التي ترمي إلى إثارة تعاطف المستمع مع موضوع الريبورتاج.

أما الخاتمة فتتولى تقديم خلاصة النتائج التي توصل إليها المحرر، وقد تكون في شكل التأييد أو المعارضة لرأي من الآراء التي طرحت داخل جسم الريبورتاج، وقد يتبنى الصحفي اتجاهاً جديداً لم يذكر في الجسم، ولكن يجب أن يكون هذا الرأي منسجماً مع مجموعة الشواهد والأدلة التي وردت في الريبورتاج.

يقوم هذا القالب على طرح المحرر لمجموعة من التساؤلات التي تثير اهتمام جمهور المستمعين بالموضوع، والإجابة عن التساؤلات المطروحة جميعها، وذلك عن طريق عرض المعلومات والوقائع والبيانات التي حصل عليها، وكذلك من عرض المقابلات الصحفية التي أجراها مع الشخصيات التي لها علاقة بالموضوع، وأيضاً من خلال المعلومات الخلفية والبيانات التي جمعها عن الموضوع سواء من أرشيف المعلومات في الإذاعة أو من المكتبة، ويشكل ذلك في النهاية الشواهد والأدلة التي تعالج الأفكار

والتساؤلات التي طرحت في المقدمة.

إن فن الريبورتاج لا يمنع المحرر من إبداء رأيه في الموضوع الذي يتناوله، إلا انه ملزم بأن يكون رأيه هذا منسجماً مع مجموع الشواهد والأدلة التي قدمها في جسم الريبورتاج، لكي يكون مقنعاً للمستمع، أي لابد أن يكون موضوعياً. وكما موضح في الشكل (1).

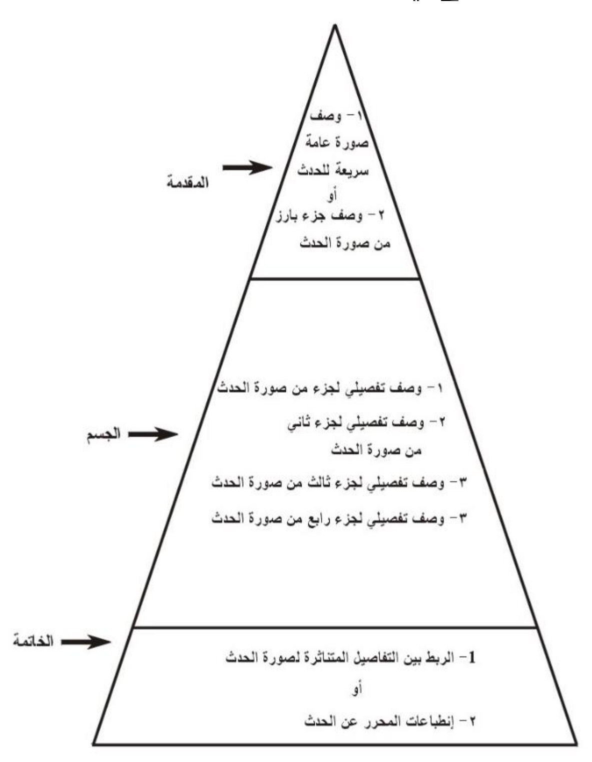


شكل (1) يوضح طريقة كتابة الريبورتاج الإذاعي
وفق قالب الهرم المعتدل المبني على العرض الموضوعي

2. قالب الهرم المعتدل المبني على الوصف التفصيلي:

في هذا القالب يصف المحرر في مقدمة الريبورتاج صورة عامة وسريعة للحدث، أو يقوم بوصف جزء بارز منه، في حين يترك كتابة الوصف التفصيلي للحدث في جسم الريبورتاج. أما الخاتمة فهي إما أن تربط بين التفاصيل المتناثرة لصورة الحدث لتقدم للمستمع في النهاية الصورة المتكاملة للحدث أو أنها تقتصر على الانطباعات الأخيرة للمحرر.

ويصلح هذا القالب لكتابة الريبورتاجات الإذاعية التي تدور حول الرحلات أو المسابقات الرياضية أو المناقشات البرلمانية أو الاحتفالات والمهرجانات أو الاجتماعات والندوات الانتخابية. وكما موضح في الشكل (2)



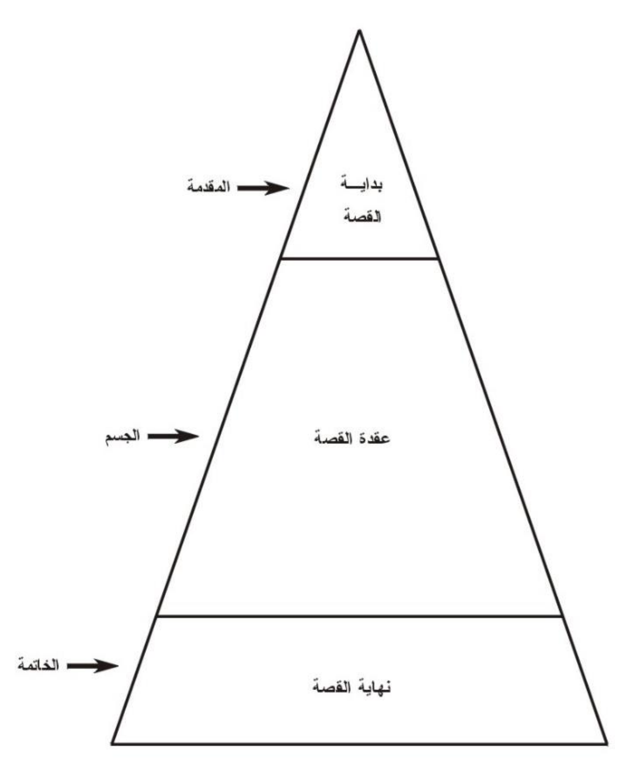
شكل (2) يبين طريقة كتابة الريبورتاج الإذاعي
وفق قالب الهرم المعتدل المبني على الوصف التفصيلي

3. قالب الهرم المعتدل المبني على السرد القصصي:

يلجأ المحرر في هذا القالب إلى كتابة الريبورتاج على شكل قصة يسردها بالطريقة نفسها التي تسرد بها القصص الأدبية، وبالرغم من أنَّ هذا القالب يتماثل في بنائه الفني مع القصص الأدبية، أي أن له بداية وعقدة ونهاية، إلا انه يختلف عنها في أنه يقوم على الوقائع الحقيقية وليس على الوقائع الخيالية كما هو الحال في القصص الأدبية.

ولذلك فهو يستخدم في الريبورتاجات التي تتناول موضوعات إنسانية كوفاة عروس

ليلة زفافها، والحوادث مثل غرق باخرة أو وقوع زلزال أو سقوط طائرة، فضلاً عن الريبورتاجات التي تدور حول الجرائم. فالريبورتاج هنا يكتب بلغة أدبية سردية تعتمد على التأثير العاطفي، ويحضر فيها عنصرا الزمان والمكان، وكما مبين في الشكل (3)



شكل (3) يبين طريقة كتابة الريبورتاج الإذاعي
في قالب الهرم المعتدل المبني على السرد القصصي.

وهناك مَنْ حَدَّدَ القوالب التي تستخدم في صياغة الريبورتاجات الإذاعية بالآتي:

1. قالب العرض:

وهو قالب يعرض المادة من دون تدخل كاتب الريبورتاج إلا بقدر ضئيل، إذ إن المادة هي التي تتحدث عن الموضوع وتعرض نفسها وغالباً ما تكون خاتمة الريبورتاج في هذا القالب هي استخلاص لنتائج المادة المعروضة.

ويُعد قالب العرض من أبسط القوالب الفنية التي يمكن أن يتخذ منها محرر

الريبورتاج أسلوباً لكتابته، إذ إن هذا القالب يسمح بتقديم مادة الريبورتاج عن طريق عرضها بشكل مشوق يتفنن فيه المحرر لتقديم الوقائع والحقائق والآراء، أما طريقة كتابته فتتلخص بالآتي[13]:

أ. عرض الفكرة الرئيسة أو القضية أو المسألة المهمة التي يدور حولها الريبورتاج الإذاعي وذلك بعد المقدمة.

ب. الحقائق والوقائع والمعلومات التي تتصل بهذه الفكرة.

جـ. آراء بعض المتصلين بالفكرة عن قرب أو المؤيدين لها.

د. الآراء المعارضة للفكرة أو القضية في الجانب الآخر.

هـ. رأي لشخص معروف أو عالم كبير أو شخصية مشهورة.

و. النتائج المستخلصة وتكون موجهة إلى تحديد المسؤولية.

ومعنى ذلك أنه في هذا القالب يُقدِّمُ المُحرر كلّ ما تَجَمَّعَ لديهِ مِنْ مادة التحرير ويعرضها عرضاً بسيطاً بعد أن يقوم بتصنيفها وعلى أساس هذا التصنيف الذي تمثل كل فقرة من فقرات الريبورتاج تلك المجموعة المصنفة والمتشابهة من المعلومات التي تَجَمَّعَتْ لديه، فالفقرة الأولى هي التي تعرض الفكرة الرئيسة للريبورتاج، والفقرة الثانية هي التي تقدم أكثر آراء المؤيدين أهمية، والفقرة الثالثة تتضمن آراء المعارضين، ثم تأتي أخيراً أهم الفقرات وهي فقرة النتيجة المهمة التي تم استخلاصها من المقدمات السابقة جميعها[14].

2. قالب القصة:

يتشابه هذا القالب مع أسلوب كتابة القصة، إذ ينساق المستمع وراء الريبورتاج الإذاعي ليطلع على مصير أبطاله أو تطور المشكلة على غرار ما يجذب قارئ القصة الأدبية أو المستمع لها.

ويتدخل كاتب الريبورتاج في هذا القالب مستخدماً أسلوب القصة في بناء الجسم كالعقدة والحبكة والبناء والشخصيات والحل، وغالباً ما تتضمن خاتمة هذا النوع من الريبورتاجات الكيفية التي انتهى إليها الموضوع أو المشكلة أو القضية التي تناولها.

3. قالب الوصف:

يأخذ هذا القالب أسلوباً في الكتابة يسمح بتوالد الأفكار فضلاً عن عنصري التشويق والإثارة، ويوصف فيه الجو العام للريبورتاج، ويقدم المحرر موضوعه

معتمداً على الوصف المباشر لبيئة الريبورتاج وموضوعه وأشخاصه، وهذا القالب يصلح لوصف الاكتشافات العلمية أو الأثرية أو الرحلات، وغالباً ما تكون الخاتمة فيه تجسيداً للمعاني التي أراد كاتب الريبورتاج تأكيدها عن طريق رسم صورة ذهنية لها أو لوحة حية لما شاهده.

4. قالب الحديث:

تتوارى في هذا القالب شخصية الصحفي خلف شخصية محدثه، وفيه يقف الصحفي في الوسط بين أسئلته التي يوجهها وإجابات المتحدث، وعلى الصحفي أن ينقلها مسجلة كما هي بمفرداتها وألفاظها نفسها، أما إذا كان فيها ما هو خارج عن الذوق والآداب العامة فيجوز له حذف مثل هذه المفردات والألفاظ عبر عملية المونتاج قبل بث الريبورتاج، إن كان مسجلاً، أما إذا كان يبث مباشرةً على الهواء، فيجب على الصحفي مقاطعة المتحدث بما ينسجم مع أصول وآداب الحديث العام، أما خاتمة هذا النوع فهي غالباً ما تترك للمستمع ليبدي وجهة نظره في المتحدث وأقواله.

5. قالب الاعتراف:

يشبه هذا القالب إلى حد كبير كتابة اليوميات الخاصة.

وهناك من صنف قوالب الريبورتاج على وفق نوع النص الذي يكتبه معد الريبورتاج، إذ تختلف كتابة نص الريبورتاج حسب نوعه وأسلوب تنفيذه والمواد التي يتضمنها، لذا نجد هنالك ثلاثة أنواع من قوالب النصوص التي يجري العمل بها عادة وهي[15]:

1.قالب النص غير الكامل:

وهو النص الذي عادة ما يستخدم في الريبورتاج الحي، إذ يكتفي مقدم الريبورتاج بتسجيل رؤوس أقلام للموضوعات أو النقاط التي سيتناولها، أو الأسماء أو الأرقام التي يصعب عليه أن يحتفظ بها في الذاكرة، ثم يقوم المذيع بعد ذلك باستخلاص مادته من الواقع حيث المكان والأحداث والناس.

2. قالب النص التفصيلي أو نص التنفيذ:

استخدامات هذا النص في الإذاعة محدودة، لكنه كثير الاستخدام في التلفزيون، توضح فيه التفاصيل والتعليمات كافة أو الإشارات الفنية لظهور المذيع وحركة الكاميرا ونوع اللقطة والأشياء التي سيجري تصويرها.

3. قالب النص الكامل:

وهو النص الذي يتم تنفيذه داخل الاستوديو عادة، ويلتزم المذيع بكل كلمة فيه، إذ يكتب البرنامج كاملاً متضمناً المقدمة والمواد الأخرى كالمؤثرات والأصوات الأخرى والموسيقى والتعليق والمقابلات وموضع كل منها في النص والموضوعات التي تتناولها كل مقابلة.

إنَّ صياغة الريبورتاج بأسلوبٍ أدبي تشير إلى حقيقة عدم خضوعه لقواعد محددة أو ضوابط كثيرة أو معقدة، تفرض على الصحفي الالتزام بها، فهذه مسألة ذاتية إلى أبعد الحدود، إذ إنَّ كل كاتب ريبورتاج يتميز عملياً عن غيره انطلاقاً من أسلوبه الخاص في الكتابة مثلما يتميز شاعر عن شاعر وكاتب عن كاتب، لكن الريبورتاج مثله مثل الأدب، مع تطوره تبلورت بعض الأساليب والقوالب (البعض يراها غير ملزمة) وأخذت تنتشر بكثرة في برامج الريبورتاج وتظهر فاعلية جمالية على شكله النهائي وتؤدي وظيفته بقدر اكبر، واستناداً إلى هذه المعطيات أعطى بعض المهتمين بالشأن الإعلامي تصنيفاً لقوالب الريبورتاج في ضوء أسلوب الكتابة الذي يتبناه كاتب الريبورتاج وعلى النحو الآتي(16):

1. قالب الأسلوب السردي:

وهو الأسلوب الذي يعرف في كتابة القصة والرواية ويتضمن قيام الصحفي بصياغة الريبورتاج متتبعاً التسلسل الحدثي من دون تدخلات (مونتاجية)، فهو يورد الأحداث والحقائق على وفق تسلسلها الزمني، أو تسلسلها الحدثي والتطوري، وهذا الأسلوب هو الأكثر انتشاراً واستخداماً عند الصحفيين، كما أنه الأكثر سهولة والأسرع إعداداً، وربما كان ذلك أحد الأسباب الرئيسة لانتشاره الواسع.

2. قالب لُبّ الموضوع:

هذا الأسلوب أخذ بالانتشار بين كتاب الريبورتاجات في السنوات الأخيرة بتزايد مستمر، وقوامه طرح الموضوع أو بالأحرى (لبّ) الموضوع في مقدمة الريبورتاج ومن ثم ينتقل إلى التعامل مع الحقائق الأخرى في محاولة للكشف عن الجوانب المختلفة لجوهر الموضوع. ويتطلب هذا الأسلوب مهارات صحفية رفيعة، إذْ على كاتب الريبورتاج تركيز الأحداث والشخصيات كافة في إطار الفكرة الرئيسة للموضوع، بمعنى إن كل ما يرد في الريبورتاج يكون على علاقة بمجمل الجوانب لمعالجة (لُبّ) الموضوع.

3. قالب التفاصيل المبعثرة:

يعد هذا الأسلوب من القوالب التي بدأ استخدامها حديثاً، يتمثَّلُ فحواه بمقولة، (إننا ربما نظرنا إلى مشهد أو لوحة فنية فوجدنا أن هناك تفاصيل وألوان وأشكال مبعثرة بغير انتظام وغير جميلة فرادى، ولكن اللوحة أو المشهد بكامله يترك انطباعاً جميلاً، كما يمكن التوصل إلى علاقات منطقية تربط تلك الألوان والأشكال وتظهر لنا المغزى أو الحقيقة الأساسية في هذا كله). في الريبورتاج الذي يكتب وفق هذا القالب تبدو الحقائق والأوصاف والاستعارات الجمالية كأنها غير مترابطة، ولكنها في الواقع تعبر عن علاقة أو علاقات منطقية تشير سلباً أو إيجاباً إلى حقائق وأحكام حول أحداث وشخصيات الواقع المعالج في الريبورتاج.

عنوان الريبورتاج

جاءَ في (لسان العرب) أنَّ كلمة (عنوان) تحملُ معنى (الأثَر)، وتفيدُ الاستدلال والتعريض والظهور أو البروز[17]، فهو بمثابة اللافتة التي تقود المتلقي إلى المادَّة الصحفية سواء في الصحافة المقروءة أو المسموعة أو المرئية، والغرض من عنوان الريبورتاج جعل المتلقي راغباً في الاستماع للمادة المذاعة ومتابعتها، ومن ثم الانتقال إلى المقدمة وما يتبعها من بقية الأجزاء، وبالتالي فإنَّ الحكم الأوَّلي للمستمع على تلك المادة يكون بمجرد سماع عنوانها، ولذلك يجب أن تكون ألفاظ العنوان مطابقة لمحتوى الريبورتاج، وغالباً ما يشتمل على مضمونه، أو الحقيقة الجوهرية فيه وأهم عنصر بارز في موضوعه[18].

وعنوان الريبورتاج الإذاعي يعد أحد أسباب نجاحه في القيام بدوره الإعلامي التفسيري المنوط بهِ، إذ يمثل واجهته التي تعلن عنه وعن محتواه، ويبرز دوره في لفت الانتباه إلى الموضوع بما يحمله من مادة جذابة ومشوقة تتصل به اتصالاً وثيقاً، كما أنه يساعد في مزيدٍ من الرؤية والوضوح، ويعمل على زيادة إثارة دوافع المستمعين إلى المتابعة ورفع درجة حب الاستطلاع لديهم[19].

شروط اختيار العنوان

إذا كانَ العنوانُ بمثابةِ (إعلانٍ) لأهمِّ ما يتضمنهُ موضوع الريبورتاج، فلكي يكونَ ناجحاً لابدَّ لهُ منْ أن يُشيرَ إلى الزاويةِ البارزةِ في الموضوعِ، ويستجيبَ لاهتمامات الجمهورِ، ويجبُ أن يتضمنَ العنوانُ أهمَّ حقيقةٍ في الريبورتاج، وأن يكونَ مُلائماً للموضوعِ من حيث الجدَّةِ أو الطرافةِ أو الغرابةِ وغيرها، وينبغي أنْ يتَّسِمَ العنوانُ بالوضوحِ وعدم الغموض والدقة، وكذلك بالموضوعيةِ وعدم المبالغةِ أو التهويلِ أو الإثارةِ غير المبنيةِ على أسسٍ سليمةٍ، وعلى المُحَرِّرِ أنْ يُراعيَ عندَ كتابتهِ عنوان ريبورتاج إذاعي عدم التناقض في كلماتِ العنوان ومضمونهِ، وكذلك الانتباه إلى نقطةٍ مهمةٍ في صياغةِ كلماتهِ إذْ يجبُ ألاّ تحملَ أكثر من معنىً لأنها قد تُحدثُ ردَّ فعلٍ مُعاكسٍ بعد الانتهاء من الاستماع للبرنامجِ، ويجبُ الابتعاد عن العناوين المستفزة التي تتضمن كلمات أو مصطلحات لها مكانة خاصة أو معنى خاص كالتعابير القرآنية أو الدينية مثلاً، لأن ذلك قد يحدث رد فعل معاكس للبرنامج وللمحطة الإذاعية نفسها[20].

أنواع العناوين

لقد أوردَ الباحثون والمتخصصون أنواعاً عدة لعناوين الريبورتاج الإذاعي، يمكن إجمالها بالآتي:

1) العنوان الإيضاحي:

هو عنوان شامل يدل على مضمون الريبورتاج في جملة واحدة ومركزة وموجزة وصريحة، وهدفه إيضاح الحقائق وتفسيرها.

2) العنوان المقارن:

يبرز هذا العنوان التطور الذي طرأ على الموضوع الذي يتناوله الريبورتاج، فيوضح الوضع السابق والوضع الجديد له، أي إنه يقوم على أساس إبراز جوانب التفضيل أو الصورة القبلية والبعدية أو المقدمات والنتائج، ما يجعله لوناً مميزاً للجذب ولفت انتباه المستمع للبرنامج، وهدفه إجراء مقارنة دقيقة بين حالتين أو شكلين مطلوب الحديث عنهما[21].

3) العنوان الانتقائي:

هو عنوان محدد يقوم على اختيار فكرة معينة تمتاز بالجاذبية وخفة الظل وربما الغرابة أو الطرافة وإبرازها في جملة العنوان.

4) العنوان الوصفي:

هو عنوان تصويري وتجسيدي يرمي إلى رسم صورة ذهنية في خيال المستمع، ويعتمد على رسم صورة دقيقة للموضوع والربط بين الملاحظات المختلفة لتقديم صورة وصفية تجذب المستمع لمعرفة تفاصيلها عن طريق متابعة الريبورتاج، ويشترط فيه أن يكون الوصف واقعياً ولا يقوم على الخيال.

5) العنوان الاقتباسي:

يعد من العناوين الناجحة التي يستخدمها كتاب الريبورتاجات الإذاعية المسجلة، وهو يعتمد على جملة مهمة أو تعبير له مغزاه، أو رأي له دلالته، ويشترط أن تكون الجملة المقتبسة قوية وتهم أغلب مستمعي البرنامج، وغالباً ما تكون هذه الجملة على لسان أحد الشخصيات المهمة في الريبورتاج كمسؤول سياسي أو قائد عسكري، إذ يختار الصحفي رأياً أو وجهة نظر، من بين أقوال أحد شخصيات الريبورتاج، ويستخدمه لجذب المستمع للبرنامج.

6) العنوان الاستفهامي:

هو عنوان يتضمن سؤالاً يدفع إلى تحريك غريزة الاهتمام، وحب التطلع لدى المستمع، ودفعه لمعرفة الإجابة عن طريق الاستماع للريبورتاج.

7) العنوان الخطابي:

هو عنوان يخاطبُ المستمع مباشرةً، ويقومُ على أساسِ التوجيهِ المباشر وشرح أسلوب العمل الذي ينبغي اتخاذه والطريق الذي يجب أن يسير المستمع فيه.

مقدمة الريبورتاج الإذاعي

المقدمة في الريبورتاج الإذاعي كأيّ مقدمة في الفنون الأخرى تُوجِزُ في عباراتٍ قصيرةٍ أهم ما في تلك المادة المذاعة، وترتبط بها ارتباطاً وثيقاً، وتوضع في مقدمتها. والغرض من المقدمة التقديم للموضوع المراد الحديث عنه، ثم جذب وإثارة اهتمام المستمع، وتشجيعه على متابعة المادة الإذاعية حتى نهايتها، وذلك بما تحمله المقدمة من عناصر جذب وتشويق وما يشير إلى أهمية محتوى المادة الإذاعية نفسها، ولذلك فقد يتوقف نجاح أي فن إعلامي، سواء أكان مقروءاً أم مسموعاً أم مرئياً، على نوع صياغة المقدمة وأسلوبها، إذ ينبغي أن يكون الأسلوب مبسطاً ومتسلسلاً ومترابطاً، والمقدمة إما أن تكون دعوة للاستماع للبرنامج أو الانصراف عنه.

إن مقدمة الريبورتاج الإذاعي هي تلك المساحة الزمنية التي تسلط فيها الأضواء على موضوع الريبورتاج بكلمات منتقاة ومعبرة عن أهمية الموضوع فيما يتعلق بالمستمعين والمحطة الإذاعية، وهي الفقرة التي تحتوي على جمل قليلة وقصيرة تلخص موضوع الريبورتاج، إذ يتوجب على المقدمة أن تبرز، وبجمل قصيرة وسريعة، القضية كلها أو وجهها البارز، كما ينبغي لها أيضاً أن تثير اهتمام المتلقي بالقضية التي يعرضها البرنامج لكي ينصرف إلى الاهتمام ببقيته.

وهذه المقدمة مهما كان نوع الريبورتاج وقالبه الذي تتصدره وأسلوبه الفني، تؤدي دوراً مهما فيه إلى حد بعيد، لأنها تتضمن القدرة على استقطاب المستمعين وعلى إمكانات خلق المزاج المناسب للجمهور للاستماع للريبورتاج، والمقدمة الناجحة تعتمد على براعة معد الريبورتاج نفسه، فالانطلاق من نقطة معينة يعد ضرورة واقعية بحد ذاتها ويرى بعضهم في جانبها العملي أكثر أهمية من وضع مخطط مسبق للريبورتاج.

وبهذا الصدد يقول الصحفي (غوبلمان)* (إننا قادرون على وضع نظام لمقدمة الريبورتاج يساعدنا في عملنا، إلا أننا عاجزون دائماً عن إخضاع الحياة نفسها بكل ما فيها من صور تثير الإعجاب أو التعاطف لمقاييس صحفية هي وليدة الخبرة والتجربة، وإنني أرى في ذلك اتجاهاً لإثبات إن هناك نوعاً من القوانين الصحفية التي لا تقبل النقض بصورة عامة وقوانين الصحافة الإذاعية بشكل خاص).

وبما أن القدرة على الكتابة هي واحدة من المهارات الأساسية لمحرر الريبورتاج الذي يجب أن يجيد اختيار ومعالجة الكلمات، لذلك تحتل مقدمة الريبورتاج عناية كبيرة من اهتمام المحرر، سواء في التركيز على زاوية معينة مهمة في الريبورتاج أو في اختيار الكلمات والصياغات المناسبة، وتكثيف وإيجاز الجوانب الجوهرية ليحوز على اهتمام الجمهور.

وتشترك المقدمة مع العناصر الأخرى للريبورتاج في لفت انتباه المستمع إلى أهم ما في البرنامج وجذبه للاستماع، ومن ثمَّ تشجيعه للاستمرار في الاستماع للبرنامج وعدم تغيير المحطة الإذاعية.

فالمقدمة الافتتاحية في الريبورتاج تُعدّ الأساس في جذب الجمهور لمتابعته إلى النهاية، ويتطلب ذلك أن تكون حيوية وقوية، إذْ إنَّ من المهم أنْ يبدأ الريبورتاج بجذب المستمع بافتتاحية جيدة مما يشد اهتمامه إلى أهم جزء في مضمون الريبورتاج، ويكون ذلك بإدخاله مباشرة وبسرعة إلى المحور الأهم في الموضوع، وذلك ما يستلزم تَجَنّب البداية الضعيفة لأنها تصرف المتلقي عن المتابعة وربما تدفعه إلى اختيار برامج أخرى للاستماع إليها، فالمقدمة ينبغي أن تكون مشوقة وجذابة لتشدَّهُ إلى الريبورتاج، والمُستمع سرعان ما يهمل الريبورتاج الذي تفشل مقدمته في جذب انتباهه وقد يغير المحطة الإذاعية[22].

ويمكن جعل البداية قوية عن طريق نقل المستمع إلى موقع الحدث الذي يدور حوله الريبورتاج، ويمكن تحقيق ذلك ببثّ تصريحٍ مهم لإحدى الشخصيات التي تمت استضافتها في البرنامج، وبلقطات صوتية سريعة ومتنوعة للجمهور الذي جرى تسجيل لقاءات معه وغير ذلك، ويجب ملاحظة عدم الإطالة في مقدمة الريبورتاج حتى نحافظ على تعرض الجمهور له.

وقد تكون المقدمة مجموعة من الحقائق الأساسية حول الحدث الذي يتناوله الريبورتاج، ترمي إلى تذكير المستمع أو تعريفه بالموضوع الذي يتطرَّقُ إليهِ بطريقةٍ سريعةٍ ومُختصرةٍ ومُحدَّدةٍ، وذلك لكي يكون المستمع على بيّنةٍ من موضوع الريبورتاج قبل أن يمضي في الاستماع إليه.

إن كتابة المقدمة الجذابة والمثيرة هي واحدة من الشروط الواجب مراعاتها من كاتب الريبورتاج لأنها تعد النافذة التي يطل منها على الجمهور، وبقدر ما تكون

صياغتها جيدة وأسلوبها مشوق وواضح بقدر ما يضمن المحرر مرافقة المستمع له حتى النهاية، والصحفي الجيد هو الذي يستطيع كتابة المقدمة المناسبة لموضوعه بحيث يسترعي انتباه المتلقي عن طريق وضوحها وجاذبية أسلوبها.

فالمقدمة غالباً ما توجز للمستمع ما هو مهم في الريبورتاج، وتعد حافزاً للجمهور على مواصلة الاستماع وعاملاً من العوامل التي يعتمد عليها في المحافظة على اهتمامهم بالموضوع ومقنعاً لهم بأن ما يستمعون إليه متصل بهم وبحياتهم.

وتتضمن المقدمة بعضاً من أبرز ما في الريبورتاج وأهم نقاطه فتؤدي دورها في قيادة المستمع إلى الموضوع، إذ تسهم بكلماتها المعبرة والموحية وبأساليب تحريرها المبدعة وعناصرها المختلفة في زيادة إقبال المستمعين على المتابعة ومضاعفة درجة اهتمامهم بها وتحريك دوافعهم إلى قضاء وقت مثمر في الاستماع إلى ريبورتاج إذاعي أو آخر، فالمقدمة تمثل واجهة الريبورتاج وهي بمثابة إعلانٍ عن نوعيته وموضوعه وأفكاره ومحاوره، وبذلك يتحدد الموقف تماماً بالنسبة لإقبال الجمهور أو عدم إقباله على الاستماع له، فهي تشبه في كثير من الأحوال مقدمة القطعة الموسيقية القوية المعبرة التي تسهم في اجتذاب آذان بعض المستمعين من غير هواة الموسيقى أو الاستماع، وبذلك تنجح في اجتذاب عدد من المستمعين الجدد إلى الريبورتاج، حتى وإن كان يدور في غير مجالات اختصاصهم أو اتجاهاتهم أو ميولهم أو هواياتهم.

وتتصل مقدمة الريبورتاج بشخصية المحرر وأسلوبه وثقافته وخبرته، ولكنها قد تكون تمهيداً علمياً للأجوبة المحيطة بالموضوع، أو خلاصة أولية لما سبق الريبورتاج أو ما سيرد فيه من معلومات وأسئلة، وقد تكون المقدمة عرضاً لأهم نقطة أو اكتشاف بارز في الريبورتاج، وقد تكون تمهيداً ترغيبياً منطلقاً من تساؤلات معينة يرددها الناس في حلهم وترحالهم، في همساتهم وأحاديث ندواتهم، وقد تكون أي شيء آخر يمكن أن يدخل المستمع رويداً رويداً إلى صلب الموضوع ويشوقه لمتابعته.

مواصفات المقدمة الناجحة

المقدمة الناجحة للريبورتاج الإذاعي لابد أن تتوافر فيها مواصفات عدة منها، القدرة على جذب اهتمام المتلقي ولفت انتباهه دون مبالغة أو تهويل، وأن تتضمن أهم معلومة أو واقعة تدفع المستمع للاستمرار في الاستماع حتى نهاية البرنامج، (فالمعلومات مهمة للإقناع إذا ما قدمت استمالة عقلية لتبرير المواقف المستندة أساساً إلى العاطفة، والمعلومات يمكن أن تعزز أو تضعف المواقف، فهي تحد من نقد الجمهور للرسالة)[23]، وعلى المحرر أن يصوغها بطريقة سهلة ميسرة، ومليئة بالحركة، في أقل عدد ممكن من الكلمات، وينبغي أن تكون المقدمة قصيرة ومركزة وغير متعددة المحاور لكي لا تشتت ذهن المستمع إلى موضوعات وتفاصيل متعددة، كما يجب أن تكون ملائمة لمضمون الريبورتاج، فالموضوع الجاد لا يمكن أن تكون مقدمته هزلية أو ضاحكة، ومن الضروري أن يتناسب حجم المقدمة طردياً مع حجم جسم الريبورتاج ومدة بثه الزمنية، فالريبورتاج الذي مدته ثلاث دقائق مثلاً ستكون مقدمته بالتأكيد أقل من مقدمة ريبورتاج مدته ربع ساعة، والمقدمة الناجحة عليها تقديم إجابات عن استفسارات المستمعين العاجلة، وعلى المحرر أن يعمل، قدر طاقته، على توفير أقصى قدر من الوضوح للمقدمة والذي يساعد المستويات المختلفة من المستمعين على الفهم، على ألاّ يتعارض ذلك مع درجة الجاذبية والتشويق، لأنهما يعدان أصلاً ثابتاً وأساساً لأيةِ مقدمة مهما كان نوعها، كما يفترض به أن يدرك بأنَّ المقدمة لا تنشأ من فراغ ولا تتجه إلى فراغ، وإنَّ عليه أن يجيد عقد الصلة الواجبة بينها وبين جسم الريبورتاج بصورة واضحة وأصيلة ووثيقة وأن يختار لها الكلمات السهلة البسيطة الموحية والمعبرة وحتى الشاعرية والرقيقة بالنسبة فيما يخص بعض الريبورتاجات التي تتطرق للفن والأدب، دون إسرافٍ، أو تغليب الشكل على المضمون.

أنواع المقدمات

إنَّ لكل ريبورتاج مقدمته الأكثر مناسبة لموضوعه وقالبه وأسلوبه الفني ومضمونه التحريري وطابع المحطة الإذاعية وطبيعة الجمهور المستهدف بمستوياته المختلفة، وعلى هذا فإن على المحرر أن يحسن اختيار ما يصلح من بين تلك المقدمات للريبورتاج الذي يكتبه، وإن أفضل أنواع المقدمات هي ما تكون أكثر جاذبيةً وتشويقاً وأكثر دلالة على الموضوع والتفاصيل في جسم الريبورتاج والغاية من وراء تقديمه في الإذاعة.

وهناك أنواع متعددة من المقدمات، لكن المادة التي يتضمنها الريبورتاج، فضلاً عن نوعية الجمهور المستهدف، هي التي تحدد نوع المقدمة التي يمكن أن يستخدمها المحرر في تقديم مادته للمستمعين، وفي الأحوال كلها يجب أن تقيم الإذاعة اعتباراً لتفكير مستمعيها بقدر ما تحرص على إثارتهم وجذبهم إلى ما تقدمه من برامج تتناسب مع طبيعة المستمعين ومخاطبتهم بما يتفق وتقاليدهم ورغباتهم، فكل فرد من الجمهور يريد من الإذاعة ووسائل الإعلام الأخرى أن تتحدث معه لا أن تتحدث إليه[24]، وعلى المحرر ألاّ يكون بمعزل عن المستمع فالصحفي الجيد هو الذي يكون حساساً لما يجري حوله ويفهم جيداً بأنه يخاطب عبر الإذاعة جماهير عريضة من الناس متباينة في السن والطبقة والمكانة الاجتماعية والاقتصادية، لذلك عليه مخاطبة المستمع كما لو كان جالساً معه[25]. ومن أبرز أنواع المقدمات ما يأتي:

1) المقدمة المقارنة:

هي المقدمة التي تحتوي على التناقض والمقارنة، ويعتمد هذا النوع من المقدمات على المفارقات والتناقض كالماضي الجيد وغير الجيد مثلاً(50)، وتسمى أحياناً (استهلال المفارقة) وهي تتجه إلى عقد مقارنة سريعة بين المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو وجهات النظر، وتعتمد هذه المقدمة على التباين أو التناقض بين حالة قديمة وبين الجديد الذي طرأ عليها، وجوهر الموضوع هنا يكون الربط بين الحالتين وإظهار ما حدث من حقائق ومفاجآت أو ظروف أو ملابسات، إلى الوضع الجديد غير المألوف، فالمفاوضات مثلاً أو التغيير المفاجئ يجذب الكثير من المستمعين إلى متابعة مثل هذه الحالات وما حدث لها من تطور أدى إلى تغيير وضعها إلى الوضع الجديد، إذ تقوم

هذه المقدمة على أساس إن جوهر موضوع الريبورتاج يوجد في التباين، أو تصادم الحقائق المتعارضة أو المتناقضة أو المقارنة بين الحالة الطارئة وحالة أخرى سابقة، وقد يكون الجوهر في ربط التطور الجديد بحالة قديمة لها علاقة به.

2) مقدمة الإثارة:

هي المقدمة التي تحتوي على فكرة غريبة، أو تنطوي على معالجة غريبة لموضوع قد يكون عادياً.

3) المقدمة المثيرة للدهشة:

هذا النوع من المقدمات يستفز المستمع لأنها تأتي على عكس توقعاته أو معلوماته، وقد تكون هذه المقدمة مثيرة للتشويق أيضاً.

4) المقدمة المجازية:

هي المقدمة التي تستخدم الكلمات بمعانٍ مجازية وليس بمعناها الحرفي الحقيقي، (مع المهارة في اختيار العلاقة بين المعنى المجازي والمعنى الأصلي بحيث يكون المجاز مصوراً للمعنى المقصود خير تصوير)[27].

وهذا النمط من المقدمات غالباً ما يستعين بالأساليب الأدبية للتعبير المشوق الجذاب، أي أنها تستعير من الأسلوب الأدبي بعض تعابيره الجذابة.

3) المقدمة التي تنطوي على حكم أو تصريح:

هذه المقدمات تعتمد على تصريح لشخصية معروفة أو مقولة لشخص معين من الذين يتناولهم الريبورتاج ضمن موضوعه.

4) مقدمة الحوار:

في هذا النوع من المقدمات يبدأ المحرر ريبورتاجه بحوار لطيف مع شخصية أو محاورة نفسية، وتعتمد على الحوار الذي يجريه المحرر ضمن الريبورتاج، فيتم اختيار جزء من ذلك الحوار لعرضه ضمن المقدمة، وكلما كان ذلك الجزء أو المقطع الصوتي قصيراً كان أفضل بشرط دقة الاختيار التي تعكس ذكاء المحرر وقدرته واستشعاره بمواطن الأهمية في المقابلات والحوارات التي يجريها ضمن الريبورتاج.

إن استخدام مقدمة الحوار يكسر رتابة عرض المقدمة، غير أن استخدام هذا النوع من المقدمات يتطلب حواراً درامياً غير مألوف، فلو كانت الكلمات اعتيادية ومألوفة لما جذبت المقدمة انتباه المستمع وحفزته على متابعة البرنامج، بل كلما كانت

لغة الحوار قوية ومعبرة وذات ألفاظ مؤثرة حملت المستمع على إكمال البرنامج.

5) مقدمة الحقائق:

تحتوي هذه المقدمة على مجموعة من الحقائق والمعلومات الواقعية التي تستعين بلغة الأرقام والجداول والمعطيات العلمية، التي يجري تناولها في مقدمة الريبورتاج الإذاعي.

6) المقدمة الثورية:

في هذا النوع من المقدمات يتفنن المحرر بالألفاظ والمفردات وبشكل غير مباشر، ويطلق على هذا النوع أحياناً تسمية (المقدمة المتفجرة) التي تتسم بقلة الكلمات وقوتها، إذْ تتسم كلّ كلمة فيها بالقوة. وتصلح هذه المقدمة لريبورتاجات الأحداث المثيرة أو التي تحمل في طياتها مفاجأة أو حدثاً له نتائج مهمة.

7) المقدمة الجادة:

هذا النوع من المقدمات يتم استعارته من فنون الأدب، وتتميز عادةً بالجدَّة والمثابرة والوضوح الذي يرتكز على إبراز الحقائق.

8) المقدمة الاقتباسية:

تتضمن هذه المقدمة نصاً لجملة أو عبارة، وقد تتضمن نصاً مكتوباً من جمل عدة يستخدمها المحرر كمدخل للريبورتاج، ويكون مقتبساً من أقوال إحدى شخصيات الريبورتاج أو لشخصية من خارجه. وتعد هذه المقدمة من أكثر المقدمات نجاحاً وتعتمد في أساسها على اختيار عبارات أو جمل مهمة أو فقرة قصيرة ذات شأن أو تعليق له خطورته أو رأي من الآراء يتم وضعها في مقدمة الريبورتاج، وكذلك يمكن أن تعتمد على اقتباس أو اقتطاع مقطع صوتي مهم من خطاب أو تصريح أو ندوة أو مؤتمر أو ملتقى ووضعه في بداية الريبورتاج لتكون مقدمته، وغالباً ما تكون هذه المقدمة مقاطع لأصوات المسؤولين وأصحاب القرار ومن هم في دائرة الضوء عموماً، وان قوة هذا النوع من المقدمات يكمن في قوة المقطع الصوتي المقتبس، ويكثر استعمال هذا النوع في عرض خطاب رئيس أو زعيم أو قائد خاص.

9) المقدمة التساؤلية:

السؤال في معناه اللغوي هو (استفهام لطلب العلم بشيءٍ لم يكن معلوماً من قبل)[28]، لذلك يطلق عليها أحياناً المقدمة الاستفهامية أو مقدمة (كيف) وهي تبدأ

بعبارة واحدة هي البحث عن إجابة لسؤال (كيف..؟)، وهذه المقدمة تحمل في بداية الريبورتاج سؤالاً واحداً وأحياناً أسئلة عدة، وهذه الأسئلة بمجموعها تشكل إطاراً لمادة الريبورتاج. وهي من نوع المقدمات التي يلجأ لها الصحفي عندما تكون توجهات الأحداث غير واضحة. وتستخدم أيضاً في حالة إذا كان موضوع الريبورتاج يتعلق بسرٍّ لم يكشف النقاب عنه من قبل، أو مناقشة مسألة عامة تهم الجمهور أو تتعلق بموضوع يمكن أن يثير جدلاً ونقاشاً بين المستمعين. ويشار إلى ضرورة اختيار الأسئلة المهمة والجذابة التي يمكن أن يتوقف عندها المستمعون لأنها تعكس بعض مشاكلهم أو مشاعرهم أو آمالهم، ويمكن أن تبدأ بالمعلومات المهمة في شكل تساؤل أو مجموعة تساؤلات حول أهم ما في الريبورتاج للفت انتباه المستمع إلى أهمية الموضوع ومحاولة إشراكه فيه، ومن ثم تأتي الإجابات عن هذا التساؤل أو مجموعة التساؤلات في جسم الريبورتاج بعد ذلك، وتستخدم هذه المقدمة في الموضوعات التي تثير جدلاً والتي تسعى المحطة الإذاعية إلى إشراك الجمهور فيها.

10) المقدمة الوصفية:

وهي مقدمة تقوم بوصف الحدث في الريبورتاج لكي تجعل المستمع يشعر بأنه موجود في قلبه وكأنه يشاهده بنفسه. وتحاول هذه المقدمة نقل المستمع إلى موقع الحدث عن طريق التركيز على تجميع الملاحظات والربط بينها، ووصف الشخص أو الحدث أو المظهر غير الاعتيادي في موضوع الريبورتاج، ولا تكون هذه المقدمة ناجحة إلا إذا كان المحرر نفسه شاهد عيان على الواقعة التي يكتب عنها، وعن طريق الربط بين الوقائع والملاحظات المختلفة أو التصرفات غير الاعتيادية في الموضوع الذي يتناوله الريبورتاج يمكن جذب انتباه المستمع إليه. وفي هذه المقدمة يستخدم الأسلوب الأدبي في وصف شخصيات الريبورتاج أو مضمونه، وتعتمد أكثر من غيرها على حسن اختيار الألفاظ الموحية والمعبرة والرقيقة والشاعرية أحياناً، ويتحقق نجاح هذه المقدمة بالتركيز على طبيعة القصة في الريبورتاج، بالاستناد إلى الوصف في إبراز عناصرها، والتركيز على وصف الشخصيات والأماكن في الريبورتاج.

11) المقدمة الشاملة:

تستخدم هذه المقدمة بشكل واسع في الريبورتاجات الإذاعية التي يتناول فيها المحرر مجموعة من محاور الموضوع.

12) المقدمة الإخبارية:

ويطلق عليها أحياناً تسمية (مقدمة الحدث)، وهي كما يفهم من اسمها، تقدم بعض الأخبار الجديدة أو المادة الإخبارية في داخل إطارها أو تقدم خبراً جديداً بأسلوب مجرد ليكون هو البداية لمثل هذا الريبورتاج، وهي تجيب هنا على أهم عناصر الخبر وأركانه (أدوات الاستفهام)، أهم تلك الأدوات وليس جميعها، وأحياناً يطلق عليها مصطلح المقدمة (المتفجرة أو القنبلة)، إذ تستخدم في الريبورتاج الذي يتناول حادثاً قوياً ومؤثراً.

13) مقدمة الشخصية:

في هذه المقدمة يركز المحرر على جانب التعريف بالشخصية التي يتناولها الريبورتاج، لا سيما إذا كانت غير مشهورة أو معروفة لغالبية المستمعين، ويرتبط ذلك بأهمية الشخصية واختيارها وإقبال الجمهور على البرنامج نفسه، إذ تكون هذه المعلومات عن تلك الشخصية بمثابة مفتاح إلى عقول المستمعين.

14) مقدمة التلخيص**:

وتسمى أحياناً المقدمة (المختصرة)، ولهذه المقدمة أكثر من طريقة في أسلوب الكتابة تتجه جميعها إلى التركيز على أهم الأخبار أو المعلومات أو الآراء التي سوف ترد بعد ذلك في الجسم، وتضم هذه المقدمة أكثر من عنصر أو خيط ليحتل صدر الريبورتاج وهي بذلك تلخص أهم ما جاء من معلومات أو تصريحات أو وقائع، أي إنها تقدم خلاصة الريبورتاج لتأتي بعد ذلك التفسيرات في الفقرات المتتابعة التي تليها في الجسم، وهي تناسب الموضوعات التي تتساوى فيها العناصر جميعها في القيمة والأهمية.

15) المقدمة التاريخية:

هي التي تقدم تطور الحالة أو مسار المشكلة التي يتناولها الريبورتاج، كما تتناول الذكريات المتصلة بالموضوع والمحيطين بشخوصه، وتستخدم في الريبورتاجات التي تغطي المناسبات الوطنية والقومية والعالمية والدينية وبذكريات مرور الأعياد الفضية والذهبية للدول والمدن وقيام الثورات وميلاد الزعماء والقادة والعلماء والأدباء الذين أثروا تاريخ البشرية أثناء حياتهم الحافلة بالأحداث التاريخية.

16) مقدمة قصة الريبورتاج:

هذه المقدمة تختلف عن المقدمة التاريخية كما أنها غير المقدمة القصصية، فهي تركز هنا بالدرجة الأولى على الجهود التي قام بها محرر الريبورتاج من أجل الحصول على المعلومات والمقابلات مع الأشخاص من ذوي العلاقة بموضوعه، وتنفيذ الريبورتاج، والمصاعب التي واجهها في سبيل ذلك.

17) المقدمات المختلطة:

المقدمات المختلطة تتميز باتصالها المباشر بهذا النوع من الفن الإذاعي، وبإحرازها نجاحاً لبعض الريبورتاجات، ومن أبرز صور المقدمات المختلطة التي يمكن أن تجمع بين مقدمتين أو أكثر يمكن تمييز ثلاثة أنواع وهي[29]:

أ. مقدمة مختلطة (شخصيات الريبورتاج + قصة الريبورتاج):

تخلط بين تقديم الشخصيات المهمة إلى المستمعين وبين الجهد الذي قام به المحرر والإعداد الذي قام به وسط ظروف شخصيات الريبورتاج الصعبة.

ب. مقدمة مختلطة (موضوع + تصويرية):

تجمع بين تقديم الموضوع وأهم المعلومات البارزة فيه فضلاً عن قيامها بتصوير المناخ العام والجو والمكان الذي تم فيه تنفيذ الريبورتاج.

ج. مقدمة مختلطة (مبرزة لفكرة أو زاوية + تصويرية):

تقوم بإبراز فكرة الريبورتاج أو إحدى زواياه للمستمعين وكذلك تصوير الجو العام والمناخ الذي جرى فيه تنفيذ الريبورتاج وإعداده للبث عبر الإذاعة.

18) المقدمة التي تبرز فكرة أو زاوية:

وتسمى كذلك مقدمة (العبارة القوية أو المتفجرة)، كما يطلق عليها البعض المقدمة (الحية أو المثيرة)، وتقوم على كتابة مقدمة تتكون من عبارات قوية تتصل بجانب واحد من جوانب موضوع الريبورتاج وتبرزه على غيره من الجوانب الأخرى، أي أن يجهد المحرر فكره وعقله وان يستخدم موهبته أقصى استخدام لها باحثاً عن زاوية جيدة في الريبورتاج يمكن إبرازها في المقدمة وتقديمها للمستمعين بالشكل المناسب.

19) المقدمة القصصية:

هي مقدمة تعمل على شد انتباه المستمعين عن طريق البداية بقصة معينة تكون قد وقعت لأحد الشخصيات في الريبورتاج أو المقربين منه وتتصل به بشكلٍ ما، ويكون لها دلالاتها المعينة فيما يتعلق بهذا الريبورتاج بالذات.

20) مقدمة العنوان المباشر:

ويطلق عليها أحياناً المقدمة (التوجيهية المباشرة)، إذ يقوم المحرر بصياغتها ليمنح المتلقين إحساساً بأنهُ معهم، ويشعر كل مستمع إن هذا الريبورتاج الإذاعي يدور من اجله هو وحده، وإن المحطة الإذاعية قامت بتنفيذه من أجل أن يرد على ما يدور في ذهنه من تساؤلات، وتتضمن هذه المقدمة توجهاً مباشراً للمستمعين، إذ أنها تأتي كمدخلٍ للمواضيع التي تقدم لهم خدمات معينة أو توجههم إلى هدفٍ يفيدهم.

21) المقدمة الساخرة:

تقوم هذه المقدمة على أساس تسجيل سخرية المحرر أو إحدى شخصيات الريبورتاج بوضع من الأوضاع التي جرى تنفيذها في الريبورتاج وإبراز هذه السخرية للفت الأنظار إلى الموضوع. وقد يستهل المحرر مواضيع النقد اللاذع التي يريد طرحها في الريبورتاج بالسخرية من المعارضين لها أو المؤيدين لها أو الذين يتخذون مواقف غريبة غير منطقية لمجرد العناد والتمرد والخروج عن المألوف، وذلك ليتم التجانس بين المقدمة وجسم الريبورتاج.

22) المقدمة التقريرية:

وتسمى في بعض الأحيان (الاستهلال الحكمي) وذلك لأنها تقرر وضعاً من الأوضاع الجديدة أو تطلق حكماً على وضعٍ ما وتصفه بما هو جدير به من صفات، فتشد المستمعين وتجذبهم بعبارات الحكم والتقرير القوية، لاسيما عندما يتصل الموضوع بأمرٍ جديد أو بوضعٍ يشغل بال المستمعين.

23) مقدمة الغرابة أو الطرافة:

وهي مقدمة تعتمد على عنصر الغرابة في الموضوع، أو ما يشير إلى مفارقة غير اعتيادية أو أحداث نادرة. وهذا النوع من المقدمات لا يصلح إلاّ للريبورتاج الذي يتناول موضوعاً عن حدث شاذ أو غريب أو غير متوقع، ولا يمكن استخدام هذا النوع بكثرة، لا سيما وأن العالم قد أصبح قرية صغيرة في متناول الجميع عن طريق الوسائل الإعلامية المختلفة،

ومع ذلك في بعض الأحيان يكون هناك الغريب الذي يستحق الإبراز، وهو ما تهتم به بعض المحطات الإذاعية ووسائل الإعلام الأخرى لتقدمه بشكل مثير في التحرير والإخراج[30]، فقد أثبتت الدراسات أن الجمهور أكثر اهتماماً بكل ما هو غير عادي.

إن النجاح في صياغة مقدمة الريبورتاج الإذاعي وجعلها نابضة بالحياة والحركة لا يعتمد فقط على أنواع المقدمات، بل يتحقق في إجادة البداية والبراعة في صياغة الاستهلال أو المدخل للمادة الصحفية، وان يكون جذاباً جميلاً مثيرا للانتباه والترقب والاهتمام بما يتضمنه من مشاكل وهموم للناس، فالجمهور يختار المضمون الذي يعتقد انه سيدعم آراءه ووجهات نظره وتجاربه ويميل إلى تعريض نفسه اختيارياً للرسالة الإعلامية التي تنسجم مع رغباته واتجاهاته ويتجنب، شعورياً أو لا شعورياً، تلك التي لا تتلاءم مع أفكاره ورغباته الراهنة، وهو يميل إلى تفسير الرسالة الإعلامية وتحريفها اختيارياً بطريقة أكثر ملائمة لاتجاهاته وقيمه[32].

خاتمة الريبورتاج

لا يمكن قطع أي جزء من الريبورتاج الإذاعي أو الاستغناء عنه، إذ إنه يبنى من مقدمة وجسم وخاتمة، وإذا ما تم حذف أي جزء منها يصبح الريبورتاج غير ذي معنى.

إن الخاتمة أو النهاية في الريبورتاج الإذاعي تمثل وحدة فنية تحريرية لها وجودها وكيانها المادي الفني التحريري، وهي لا تقل أهمية عن المقدمة، فالمقدمة الجيدة تتطلب خاتمة جيدة أيضاً، لأنهما روح المادة الصحفية، وهي عملية مهمة جداً فيما يتعلق بتحرير المادة الصحفية المذاعة، لأنها آخر ما تسمعه آذان المستمعين ويستقر في أذهانهم، لذلك فإن الاهتمام بها يعد أمراً حيوياً لإحداث الأثر المطلوب منها في عقول المستمعين وتفكيرهم.

وتتضمن الخاتمة تلخيصاً للحقائق الأساسية في الموضوع الذي يتناوله الريبورتاج أو لتأكيد القضية التي نفذ البرنامج من أجلها، ويفضل أن تكون مقتضبة وسريعة وتحمل جديداً مشوقاً وغريباً، ما يجعلها مستقرة في الذهن حتى بعد إقفال الراديو.

إنَّ لنهاية الريبورتاج أو خاتمته عدداً من الوظائف والأدوار التي تساعد على أداء البرنامج لوظيفته ودوره في الإذاعة وتحقيق الهدف منه، وجميعها ترتكز على حقيقة

مهمة هي أن الخاتمة تكون آخر الكلمات التي يسمعها الجمهور المتلقي، ومن ثم فإنها تمثل الانطباع الأخير الذي يخرج به المستمع من المعلومات والآراء جميعها التي قدمت في الريبورتاج، وتتيح للمحرر الفرصة لوضع المادة المهمة التي يريد لها أن تثبت لمدة طويلة في ذهن المستمع، وتأكيد ما يريده من معانٍ وأفكار سابقة مهمة وردت ضمن سياق الريبورتاج، كما أن بعض النهايات تقوم بلفت انتباه المستمعين إلى ضرورة اتخاذ إجراء معين أو تصرف ما أو القيام بعمل يكون في صالحهم في مجموعة من العبارات التوجيهية المختلفة.

إن تحرير خاتمة الريبورتاج مسألة تعتمد بشكل أساس على المواهب الكامنة للصحفي والتي يفجرها التدريب وتدعمها الثقافة والممارسة، إذ تمثل الخاتمة لبعض من وسائل الإعلام صورة أخرى من صور الأدب الصحفي الذي لا يقدر عليه إلاّ من أوتي حظاً من الموهبة وقدراً من الإبداع الفطري، من هنا كان لابد من مراعاة المضمون القوي فيها، واللغة المعبرة والمؤثرة أيضاً، حتى يمكنها الصمود في هذا الموقع النهائي الصعب، وإلاّ كان الأثر الذي يتركه البرنامج في نفس المستمع ضعيفاً بعض الشيء.

وتُعدّ خاتمة الريبورتاج مكوناً ضرورياً من مكوناته تستمد طبيعتها من طبيعة مادته، ومن القالب الفني الذي استخدم في كتابته، إلاّ أنها وبوجهٍ عام غالباً ما تكونُ تلخيصاً موجزاً لما ذُكِرَ في البرنامج، غير معبرة عن وجهة نظر الكاتب، متضمنة لحلٍّ أو متوجهة برسالة، في عباراتٍ قوية ومعبرة ودالَّة على المعاني المستخلصة.

وهناك نقطة مهمة في هذا الموضوع هي ضرورة وجود علاقة وروابط وتلازم بين المقدمة والخاتمة في المادة الصحفية، فمن حسن الصياغة أن ترتبط المقدمة بالخاتمة لئلاّ يكون بينهما انفكاك يفسد الغرض الذي من أجله توضع المقدمات والخواتم، لتسهيل الفهم والاستيعاب لدى المستمع، فلابد أن تتضمن كل منهما معلومات وحقائق متصلة بفكرة الموضوع الأساسية، فالمقدمة تنقل المستمع إلى غيرها من التفاصيل التي ترد في جسم الريبورتاج إلى أن ينتهي بالخاتمة، ولا يمكن فصل دور المقدمة عن دور الخاتمة، فلكلٍّ منهما دور تؤديه ويكمل كل منهما الآخر، ما يستلزم أن تكون خاتمة الريبورتاج قوية قوة المقدمة ومرتبطة بها، وصدى لها، وأن تكون واضحة غير مسرفة في الطول حتى لا ينعدم تأثيرها، وأن تستمد طبيعتها من الريبورتاج نفسه، وتكون منطقية معه، ولا تلصق به كجزءٍ مفروضٍ عليه، وإنَّ خير

خاتمة للريبورتاجات الإذاعية هي التي تقدم حلولاً واقتراحات إيجابية للقضايا والمسائل التي يطرحها الريبورتاج، إذ توجز تلك الخاتمة مجموع الأفكار والآراء وتربطها ببعضها البعض، وتستخلص منها النتائج المنطقية المترتبة على تلك المعلومات والآراء والأفكار التي وردت في الجسم، وكثيراً ما تنجح الخاتمة إذا وفق الصحفي إلى تضمينها عبارة قوية تركز صلب الريبورتاج وتكون عموده الفقري.

سمات الريبورتاج الناجح

يعد الريبورتاج ذروة جهود الصحفي، ويتطلب ذلك منه أن يتعامل مع كل ريبورتاج كما لو كان الفرصة الوحيدة التي قد تتاح له من أجل القيام بنوعٍ متميزٍ من العمل الإعلامي. فالريبورتاج يمتلك قدرة الاستحواذ على اهتمام المستمع، وتتمثل قدرته هذه في الحركة وفي التطور المتغير للأحداث والمهارة في الربط بين التسجيلات الصوتية على اختلاف موضوعاتها، فضلاً عن الأسلوب الشخصي الذي يتحدث به كاتب الريبورتاج[33].

وليس هناك أدنى شك في حقيقة أن هذه المكانة التي وصل إليها الريبورتاج في الإذاعة تتطلب امتلاكه سمات تجعله فاعلاً ومؤثراً ليؤدي دوره المطلوب، وأهم تلك السمات هي:

1. الحيوية:

يجب أن تتسم الكتابة الإذاعية عموماً وكتابة الريبورتاج خصوصاً بالحيوية حتى تجذب المستمعين وتحفظ اهتماماتهم، فالمستمع لابد أن يشعر عن طريق الريبورتاج – بوصفه تصوير لحدثٍ عايشه المحرر الإذاعي – بالحياة النابضة في كل لحظة من لحظات الحدث بحيث ينقل إلى المستمع الزهو والبهجة، فتقديم الموضوع المملوء بالحيوية من أولى مستلزمات الريبورتاج الإذاعي الناجح، ولا يتحقق ذلك إلا عن طريق استخدام الكلمات المُحَدِّدة المُصَوِّرة، التي ترسم المعنى، فضلاً عن استخدام الكلمات والعبارات والأفكار التي يسهل تلوينها صوتياً، والتي لها علاقة مباشرة بالحياة المعاصرة.

2. الفعالية:

هي شرط أساس ينبغي توافره في العمل الصحفي، ولقد أعطت الإذاعة عنصر دعم لبرامج الريبورتاج ساعدها في تحقيق عنصر الفعالية الضروري لنجاحها، ما منح الريبورتاج الإذاعي الأفضلية على سواه في الصحافة المقروءة، ويمكن تحديد تلك الأفضلية في القدرة على خلق تخيل غير مباشر لدى المستمع وهذا ما يفسر بعملية المشاركة الوجدانية المنبثقة عن ذلك التخيل في المادة المذاعة، وهكذا تم إضافة لون جديد إلى العمل الصحفي يتمثل باللوحة الصوتية الوثائقية وبدورها الإعلامي ذي الفعالية والذي يمتاز بالسرعة والقدرة على الإنتاج في الوقت نفسه.

3. وحدة الموضوع:

يتكون الريبورتاج من مجموعة عناصر تحدد في النهاية مضمونه، وكل عنصر منها يشكل وحدة أو فكرة تخدم الهدف الرئيس له، ولابد أن يكون هناك رابط بين عناصره المختلفة، لكي يظهر الشكل النهائي للريبورتاج كوحدة واحدة تخدم أهدافه، ويتحقق ذلك عن طريق سلاسة الانتقال من فقرة إلى أخرى، ومن فكرة إلى التي تليها، بحيث تظهر كل فكرة كجزء من وحدة الموضوع وتخدم كلها هدف البرنامج.

إنَّ ضمان سماع مؤكد للريبورتاج يتم عبر استجابته لمصلحة المتلقي وذوقه وتطلعاته، وعندها فقط، يمتلك الريبورتاج التأثير الكامل عليه، كما أنه يمهد الجو المناسب المساعد على استيعاب مضمونه، من أجل الوصول إلى مرحلة الاستحواذ على انتباه المستمع، وجعله يتلقى الموضوع ضمن إطار وحدة الفكرة أو الموضوع، وعدم تشتيت أفكاره بتضمين الريبورتاج أكثر من فكرة، وإنما الالتزام بوحدتها، وينبغي للفكرة نفسها أن تخدم الجانب الإعلامي المحدد الذي يستجيب لرغبة المستمع وعلاقته بالقضايا المطروحة، وإذا ما وفق المحرر في ذلك فإنه سيتمكن من إقناع المستمع ويكون قد قدم عملاً موفقاً إلى حدٍّ ما.

4. العرض المختصر:

لكي نعطي الريبورتاج الحيوية والسرعة المطلوبة فلابد من الاختصار واختيار الكلمات والعبارات التي تؤثر على المتلقي، ولذلك يُنْصَح القائم بالريبورتاج بأن يكتب ويتحدث بأسلوب وصياغة سليمة متحاشياً العموميات والجمل الطويلة التي تؤدي إلى ملل المستمع. والاختصار هنا ضروري كواحد من مستلزمات نجاح الريبورتاج

الإذاعي مع مراعاة ألاّ يؤثر ذلك على عرض الحقائق المهمة في البرنامج، وفي هذا المجال يقول خبراء الإعلام إن الإخفاق في (عرض كل الحقائق) لا يشكل، بحد ذاته، تحيزاً، فكل دارس للاتصالات الإنسانية يعرف أن العرض هو عملية انتقائية لا مناص منها، فليس بوسع أي مراقب أن يستوعب وينقل كل حقيقة عن أي وضع يُلاحظهُ، والصحفيون لا يشذون عن هذه القاعدة[34].

5. الوضوح:

المقصود هو الوضوح في العرض الذي يؤدي إلى فهم المحتوى، وإن على الإذاعة أن تعرض برامجها بطريقة واضحة يفهمها المختصون وعامة الناس على السواء، وهذه السمة مهمة جداً في الإذاعة، إذ إنَّ قارئ الصحيفة يستطيع أن يعيد قراءة جملة أو فقرة قد لا تبدو واضحة، ولكن المستمع للإذاعة ليس لديه فرصة أخرى ليسمع جملة غامضة، بل إنه يمتلك فرصة واحدة فقط لسماع ما تقوله الإذاعة، فإذا فاتهُ شيء، يكون أمامه العديد من الخيارات في أيام تعدد المحطات الإذاعية، والنص الإذاعي لا يحتمل الغموض، (إنهُ يسيرُ على حافة سطوح البيت طوال الوقت، فإذا صارَ مملاً أو غير مفهوم سَقَطَ، ما أسرع ما تمتد يد المستمع إلى مؤشر الراديو ليحكم عليه بالإعدام)[35].

ويجب أن تكون كتابة الريبورتاج الإذاعي واضحة ليتحقق الفهم السهل للكلمات والجمل والأفكار وتسليط الأضواء على موضوع يتخلل كل القصة ويتطور مع تحركها من بدايتها حتى وسطها ثم نهايتها، فالمعلومات والسرد والصوت والمؤثرات كلها يجري انتقاءها وترتيبها لإيضاح الموضوع. ولكي يحقق كاتب الريبورتاج الإذاعي صفة الوضوح لابد أن يستخدم الجمل القصيرة البسيطة باستمرار، والكلمات المعتادة، والسرد المباشر للأفكار، وكذلك تكرار الحوادث والأفكار المهمة، وضرب الأمثلة واستعمال النماذج، وكذلك عليه استخدام المعلومات التي يعرفها جيداً والتي يفهمها فهماً وافياً حتى يتمكن من عرضها بوضوح، ويجب ألاّ يستعمل المحرر أفكاراً أو حقائق كثيرة للغاية، إذ إنَّ الغرض من الكلمات المستخدمة في نص الريبورتاج هو نقل المعنى وجوّ البرنامج وفكرته، كما يستلزم تأمين الوضوح لمتلقي الرسالة الإذاعية، الابتعاد عن الكلمات التقنية الشديدة الاختصاص، والصور الذهنية والجمل المعقدة، واعتماد الصور والأفكار التي تلتقطها حواسهُ بسرعة ودون عناءٍ كبير[36].

6. المعايشة:

إن كاتب الريبورتاج الإذاعي ومعده ومقدمه هو بالضرورة شاهد عاش الحدث وبدأ يقصُّهُ على المستمع بسهولة ومباشرة كأنه يتحدث إلى أحد أصدقائه الذي لم يشاهد الحدث، ولذلك لابد من جعل المستمع يشعر بأنَّ المتحدث (القائم بالريبورتاج) كان في مكان الحدث أثناء وقوعه، وعلى هذا الأساس يتوجب على كاتب الريبورتاج أن يفهم أنه لا يعلق على الحدث بقدر نقله إلى المستمع وكأنه يعايشه بالفعل، فالمستمع هنا يرى نفسه أمام شاهدٍ عاشَ الحدث الذي يجري الكلام عنه، وينقل شاهد عيان تجربته في الحدث المعين، فيبدو القائم بالريبورتاج ناقلاً للوقائع بحيادية من موقعها إلى المستمعين.

7. الواقعية والالتزام:

الواقعية تعني محاولة تقديم الحياة بصيغة قريبة من الواقع دون الإغراق في المثاليات، والواقع ليس بالضرورة الحقيقة وإنما يمكن أن يكون جزءاً يصورها أو يجسدها، ولا يمكن التعبير عن الواقع إلاّ عن طريق معايشته، وإن على كاتب الريبورتاج أن يختار الكلمات والألفاظ الدقيقة الملموسة وأن يتحاشى العبارات الجوفاء والرنانة، كما يجب عليه أن يصف المسميات بأسمائها، فلا يكتفي بالقول مثلاً (الطريق محفوف بالشجر) بل لابد من تحديد نوع الشجر، ولا يقول (سيارة) بل لابد من تحديد نوعها، وهكذا، من أجل تقريب الحدث إلى المستمع، وفي هذا المجال تقول ليونا هود*** (لا تدع المستمع أبداً يحتار في معرفة مكان الحادث)[37].

8. التماسك أو الترابط:

من الضروري أن يكون الريبورتاج الإذاعي متماسكاً ومترابطاً مع بعضه بعضاً، ينتقل بانسيابيةٍ ومرونةٍ من فكرةٍ إلى أخرى، بشكلٍ يدعم الموضوع الأساس الذي يدور حوله الريبورتاج، ويشرح الفكرة الأساسية له بأسلوبٍ لبقٍ جذّابٍ، من دون تشتُّتٍ في الأفكار، أو القفز من فكرةٍ إلى أخرى لا علاقة لها بالموضوع الرئيس، وبالنهاية يقود المستمع إلى فهم موضوع الريبورتاج وهدفه الأساس بسهولة[38].

متطلبات الريبورتاج الناجح

إنَّ الريبورتاج الإذاعي الناجح يقتضي الدراسة والبحث والتنقيب والاستطلاع، ومعرفة الزوايا المتعددة للحقائق الواقعة، والبحث في الأسباب والعوامل الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية أو الفكرية التي تكمن وراء الحدث أو القضية أو المشكلة أو الفكرة أو الظاهرة التي يدور حولها، فهذا النوع من الفن الإذاعي يتطلب من الصحفي تسجيل ما يرى وما يسمع، أي استعمال أكثر من حاسة من حواسه، السمع، والنظر، واللسان، فضلاً عن اليقظة والإدراك وهو ما يطلق عليه الحاسة السادسة. ويعني ذلك في جانبٍ منه اتِّسام الريبورتاج بالموضوعية، أي تجرد القائم بالريبورتاج من أهوائه الحزبية والفكرية والاجتماعية والسياسية حين يصوغ مادته، وعليه احترام حقوق الأشخاص الذين لهم علاقة بالريبورتاج ومراعاة المعايير المشتركة للأمانة والشرف، وأن يكون مسؤولاً أمام الجمهور عن عدالة ودقة معلوماته[39].

إنَّ أيّ ريبورتاج مهما اختلف نوعه، يتطلب من شخص القائم عليه استعداداً كبيراً، وأن يكون ذو طبيعة مزدوجة، أي يكون الإعداد نظرياً وعملياً، دون الاكتفاء بأحدهما. من هنا كان على المحرر مراعاة أنَّ التحرير الإعلامي هو تعبيرٌ موضوعي وليسَ ذاتي من جانبهِ لأنهِ يقدِّمُ حقائقَ مُجرَّدة، وهو (بوصفهِ القائم بالاتصال) يجب أن يكون لديه مفهوم عن دوره الخاص وبعض التوقعات عن الجمهور الذي يتوجه إليه برسالته[40]، ذلك أنَّ للجمهور ذوقه الخاص وثقافته ومفاهيمه ومعتقداته وبيئته ومتطلباته الخاصة التي يُفتَرَضُ وضعها بالحُسبان، والريبورتاج الإذاعي لابد أن يخضع في شكله وأسلوبه ومدة عرضه، وطبيعة مادته، لنوع الجمهور الذي يتوجه إليه، والغرض الذي يسعى لتحقيقه.

ويَصِفُ بعضُ المتخصصين مُحرِّرَ الريبورتاج بأنهُ مزيجٌ من المقاتل العنيد ورجل الشرطة السري الذي يتعقب الجريمة والرذيلة والفساد والأخطاء الإنسانية على الدوام، بل إنَّ بعضهم يعتقد أنَّ (صحفيِّي الريبورتاجات هم أناس ميالون إلى النقد العنيف والسخرية، ومتعتهم الوحيدة في الحياة هي تقليب الصخور رأساً على عقب ليروا ما يمكن أن يخرج من تحتها)[41].

إنَّ من أهم عوامل نجاح الريبورتاج الإذاعي هي ثقة معد الريبورتاج بالعمل الذي

يقوم به، وإنَّ الأساس الذي ينبغي أن ترتكز عليه دوافع وسلوك كاتب الريبورتاج هي تحقيق تمهيدات نفسية لخلق الوضعية المناسبة للفهم المتبادل.

وهناك شروط عامة للريبورتاج الإذاعي الناجح، منها:

1- أن يهم المستمعين ويتوافق مع سياسة التحرير وتتوافر له المصادر المادية وعناصر الإيضاح، وألاّ يكون قد سبق تناوله، وأن تكون قيمته بوصفه ريبورتاج إذاعي أفضل من قيمته كأيِّ شكلٍ صحفي آخر.

2- أن يتناول الأفكار والخواطر والمشاكل والأحداث الآنية لكي يحوز على إصغاء المستمع، وفي هذا المجال يقول جلال الدين الحمامصي: (شيء واحد مهم يتعلق بالريبورتاج، ذلك هو ألاّ يعالج الصحفي موضوعاً لا يشغل أذهان الجمهور، لأن نجاح الريبورتاج يتوقف على مدى تجاوب الرأي العام مع صلب الموضوع)[42].

3- أن يقدم صورة من صور الحياة الواقعية التي تثير اهتمامات الجمهور، ونقل الوقائع بدقة، والإحساس بها، ونقلها إلى المستمعين، والنزول إلى أعماق الأحداث، والابتعاد عن سطحية المعالجة.

4- أنْ يتسم أسلوبه بالتشويق، وهو أقرب إلى نقل صورة واقعية، أو قصة، ما يترك تأثيراً انفعالياً يبقى طويلاً في ذهن المستمع، وتتجلى مهارة المحرر بقدرته على السيطرة على عناصر التشويق وحسن توظيفها بين ثنايا الريبورتاج، فكتابة موضوع شيق تتطلب أن يكون الصحفي ملماً إلماماً كاملاً ووثيقاً بالأحداث والأشخاص، وخلفياتهم، ومكونات شخصياتهم والحقائق الأخرى الضرورية لكتابة نص دقيق للريبورتاج.

5- أنْ يُجسد ما هو ملموس ومحسوس ومدعم بالزمان والمكان والوقائع والحقائق، لكي يدرك المستمعون بأنهم أمام صحفي يفهم ويعي ما يقول عبر رسالة إعلامية تمثل انعكاساً صادقاً للواقع، وتقدم المضمون الذي يوفر المعلومات الصحيحة والكاملة للجمهور[43]، وقادرة على الإقناع باستخدام صحة المعلومات ودقة الأرقام والإحصاءات.

6- الالتزام بالموضوعية**** عبر الحياد في نقل المعلومات بطريقة خالية من الغرض والتحيز، إذ على المحرر أن يختار الأحداث ويتفحصها ويقيمها ويعرضها بضميرٍ حي، وألاّ يتأثر بأحكامه الشخصية، أو تحيزاته السابقة، ولا يكون مفتوناً بلغة المشاركين في الأحداث، بل يفترض دائماً أنَّ هناك جانباً آخر لتغطيته، وإعطائه فرصة للظهور[44]، مع أنَّ هناك من يرى أنَّ الموضوعية المطلقة لا وجود لها، وإنَّ الصحفي

يضلل نفسه وجمهوره إذا ظنَّ أنَّ هناك باستمرار معلومات يمكن أن تشكل حقائق مجردة لا تتأثر بالمدركات الحسية الإنسانية، إلاّ أنَّ هذه الصفة يمكن تحقيقها عن طريق التوازن والحرص على تضمين الريبورتاج الآراء المتعارضة في الموضوع كافة، وإسناد كل معلومة أو رأي إلى مصدرهِ، وعدم خلط المعلومات برأي المحرر، مع الحرص على تقديم معلومات خلفية توضح الحدث وهنا تتحقق الموضوعية للريبورتاج الإذاعي.

7- إنَّ موضوعات الريبورتاج الإذاعي لابد أن تعالج مشكلة معينة أو ظاهرة من الظواهر، إذ إنَّ الريبورتاج يُبنى على مشكلة يتلقفها الكاتب من الوسط الذي يعيش فيه. وهناك من قال بعدم ضرورة أن يدور الريبورتاج حول موضوع أو مشكلة، بل يمكن أن يدور حول شخصيات أو أحداث أو غير ذلك.

8- الديناميكية والإثارة شرط أساس وملازم للريبورتاج الإذاعي، إذ عليه أن يكشف شيئاً، أي أن يسهم في حل المعضلة التي يتصدى لها، فهو نمط يجعل الصحفي في خضم الحدث نفسه.

9- الواقعية والصدق ومراعاة مسؤولية الكلمة وأمانتها وشرفها، ينبغي أن تكون المنابع الأصيلة والثابتة لأفكار الريبورتاجات الإذاعية، لأنها تصبُّ في عقول الناس وتمسُّ أفكارهم ومشاعرهم، إذ إنَّ الحقيقة ينبغي أن تُذاع ولو كانت مرة، وعلى المحرر أن يتعامل مع الأحداث عن طريق الواقع الملموس، ويبتعد عن المثالية وتضخيم جوهرها، وألاّ يبتكر أو يضيف شيئاً غير موجود، وأن يستند في تفسيرهِ على الحقائق الفكرية، دون أن يُبطلها، أو يبدلها، أو يحرِّفها[45].

10- أن يستعين بالخيال عندما تكون الحاجة ماسة إليه، (فعندما يستنطقُ المُحَرِّرُ صخرةً، أو يحسُّ بآلامِ حيوانٍ، أو يتحدَّثُ عن الرياحِ، والآمال والأحلام، وعن عالمٍ مجهولٍ، فإنهُ بذلكَ يُحركُ خياله، ولكن ذلك لا يبيحُ لهُ الحشو لملء وقت البرنامج، فالمستمع يعرف ويتذوق الجيد من الرديء)[46].

11- يستند الريبورتاج إلى المعلومات فضلاً عن الاستئناس بآراء الخبراء والمختصين والفنيين، مستهدفاً الوصول إلى الأسباب ومناقشتها وتحليلها.

12- أن يلتحم بحواس المستمعين ومشاعرهم، فالمستمعون لا يهمهم أن يعرفوا أنَّ المحرر قد سافر أو كان في موقع الحدث، بل يريدون معرفة ماذا رأى، ومع من

تحدث، وماذا قال، وماذا قالوا له، وأن يجعلهم في صورة لوحة صوتية إذاعية تخبرهم وتصوِّر لأسماعهم ما لم يتح الزمان والمكان لهم معرفته ومشاهدته بعيونهم.

وهناك شروط تخص جانب البناء الفني للريبورتاج الإذاعي، أبرزها:

1) أن يستند إلى تخطيط مسبق قبل كتابته، ووفق هندسة تحدد الملامح الأساسية لبيئة الريبورتاج وعناصره ووقائعه وشخصياته، وهذا يتطلب التفكير قبل الشروع في عملية الكتابة، فالتخطيط المسبق يسهل عملية الكتابة وتناول جوانب الموضوع المختلفة وإبراز أهم محتوياته، ومن ثمَّ يزيد من فرص نجاحه، كما أنَّ الانطلاق من نقطة معينة يُعد ضرورة واقعية بحد ذاتها.

2) مراعاة التناسب الكامل بين أجزاء الريبورتاج الإذاعي بحيث لا تزيد مثلاً (المقدمة) عن (التفاصيل).

3) أن يكون القائم بالريبورتاج ماهراً في تأليف الصورة الصوتية التي تخاطب خيال المستمع، وأن يدرسها ويطورها، ويوجهها بالشكل الصحيح، ليغدو برنامجه صدىً إذاعياً للواقع، والذي يرتبط بخصائص الإدراك السمعي، مما يساعد على خلق تصورات اللون والشكل والإثارة والحركة والألم والسعادة، ويجعل المتلقي يشعر كأنه يعيش الأحداث ذاتها.

4) أن تكون المادة كافية لإقناع المستمع بأهمية الموضوع الذي يطرحه الريبورتاج.

5) التعبير بأسلوب واقعي بما يقدمه من صور مختلفة، ويعتمد ذلك على الاستيعاب الشخصي لمعد الريبورتاج، فهو يقرر الطريق الذي يسير عليه في كل حالة تستوجب إعداد ريبورتاج عنها.

6) أن يحرص كاتب الريبورتاج على أن يضع لنفسه أسلوباً متميزاً في كتابته، ولكن يشترط في هذا الأسلوب الحرص على استخدام الألفاظ المألوفة، والعبارات الموجزة، والابتعاد قدر الإمكان عن المصطلحات والألفاظ العلمية الصعبة أو النادرة التي لا تستخدم إلاّ في مجال المتخصصين، مع الحذر من الانزلاق إلى العامية، والبعد عن الحشو والإسهاب، وكذلك التزام الموضوعية في نقل الآراء والاتجاهات.

7) يجب أن تكون الكتابة للإذاعة مختصرة وموجزة لأنها تكون محددة بالوقت، فقد يكتب ريبورتاج في الجريدة باستخدام مئات أو آلاف الكلمات، في حين يجب أن يوجز الريبورتاج نفسه في الإذاعة لكي يمكن إذاعته في ثلاث دقائق فقط أو أقل.

8) إنَّ عملية الاتصال الإذاعية تكون أساساً بين طرفين هما: المقدم وراء الميكرفون، والشخص المتلقي في البيت، لذلك يجب أن تكتب مادة الريبورتاج الإذاعي وكأنَّ المقدم يقدم مادته وهو جالسٌ في غرفة معيشة المستمع بدون تكلُّف أو رسميات، وكذلك يجب أن تبدو المادة المذاعة كأنها موجهة لشخصٍ محدد، أي أن يحاول المحرر أن تكون هناك صلة وعلاقة بين مضمون وأسلوب كتابته وبين الجمهور، وإذا كان ممكناً، بكل فردٍ من الجمهور، كما يجب على مقدم الريبورتاج التحدث بوضوح وبساطة لكي يفهمه كل من يستمع إليه.

9) الدرامية والتشويق والوضوح، إذ تعني الدرامية إدخال العنصر الإنساني الواقعي الحقيقي إلى المضمون، كما أنَّ تشابه الأصوات المختلفة والبناء الحيوي، يحوّلُ الريبورتاج إلى نتاج درامي حقيقي يحافظ على جوهر المادة كما هي في الأصل، ويتم إغناءهُ بالحدس والتنبؤ عن طريق المشاركة وقوة الفعالية والأثر العاطفي، إذ يشير خبراء الإعلام إلى أنَّ فن التحرير الإعلامي هو جعل الأحداث والمعلومات والثقافة، بل الفلسفة والعلم، في متناول الجميع بطريقة واضحة ومشوقة للغاية[47].

10) مراعاة التبسيط في بناء النص الإذاعي للريبورتاج، فالرسالة الإعلامية تتحدد معالمها انطلاقاً من طبيعة الرموز المشتركة بين المرسل والمستقبل.

11) استخدام نبرة غير رسمية في إعداد وتقديم الريبورتاج، فالمستمع يفضل ما يقدم له من مادة تخاطبه بأسلوب بسيط، لا أن يستمع إلى قراءة يصعب عليه فهمها، إذ إنَّ المادة الإذاعية تُسْمَعُ لِمَرَّةٍ واحدةٍ فقط، وعلى الرغم من أنَّ اللغة والمضمون الجادَّين والرصينين يصلحان للبرامج الإذاعية، فإنَّ المستمع الذي لم ينتبه إلى جزءٍ سابقٍ من الريبورتاج لا يمكنه متابعة الذي يليه.

12) حسن توظيف عناصر الكتابة بما يحقق إثارة الاهتمام والتشويق فيما يتعلق بالمستمع، مما يتطلب الاهتمام ببناء عنوان الريبورتاج، واختيار العناصر المؤثرة لتكوين اللوحة الصوتية للبرنامج، والعناية بكتابة المقدمة وطريقة العرض والتناول، بما يزيد من فاعلية وتأثير المادة المذاعة، لخلق معانٍ جديدة أو لتأكيد معانٍ قائمة[48].

إنَّ الشخصية الواقعية لكاتب الريبورتاج الإذاعي هي التي تثير الإعجاب وتستقطب انتباه المستمعين إلى ما يقدمه من مقاطع إذاعية وصور مختلفة هي نتاج براعته وخبرته، فهذه الشخصية تحقق النجاح في الحالة التي يستوعب فيها الصحفي نفسه

الحوادث الجارية ويفهم مدلولاتها بشكل جيد، وعندها يكون قادراً على تحليل مواد الريبورتاج بعمقٍ وإدراكٍ، فالريبورتاج مهما كان نوعه وشكله، يتطلب من كاتبه توافر ثقافة عامة واطلاع واسع وذكاء يتناسب مع ما ينبثق من مواضيع مفاجئة واستعداد كبير. وبناءً على ما تقدم يقول بعض خبراء الإعلام انه لا توجد هناك (وصفات) ثابتة لإنتاج الريبورتاج، غير إنَّ النظر إليه كعملية إبداعية تؤكد انه ليس سهلاً، بل هو أقرب إلى الامتحان من أي شيء آخر.

هوامش الفصل الثاني

(1) جمال الدين بن منظور، لسان العرب، بيروت، مطبعة يوسف خياط، بدون تاريخ، مادة بنى.

(2) صلاح فضل، نظرية البنائية في النقد الأدبي، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، 1987، ص175.

(3) ينظر: الحسن بن بشر بن يحيى الآمدي، الموازنة بين أبي تمام والبحتري، تحقيق محمد محي الدين عبد الحميد، القاهرة، بدون ناشر، 1944، ص291، ومحمد بن الحسن بن المظفر الحاتمي، حلية المحاضرة في صناعة الشعر، ج1، تحقيق: جعفر كتاني، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، 1979، ص236.

(4) يوسف مرزوق، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1988، ص189.

(5) إيوار تريكل وآخرون، مصدر سابق، ص 13.

(6) سوزان يوسف وهبة الله بهجت، إنتاج البرامج للراديو والتلفزيون، القاهرة، مكتبة الشباب، 1993، ص119.

(7) عبد الدائم عمر الحسن، الكتابة والإنتاج الإذاعي بالراديو، عمان، دار الفرقان، 1998، ص89.

(8) حسن عماد مكاوي، إنتاج البرامج للراديو: النظرية والتطبيق، القاهرة، المكتبة الانجلو مصرية، 1989، ص263.

(9) فلاح المحنة وسؤدد القادري، مصدر سابق، ص171.

(10) طلعت همام، مائة سؤال عن التحرير الصحفي، عمان، دار الفرقان، 1984، ص149.

(11) عزيزة عبدة، الإعلام السياسي والرأي العام: دراسة في ترتيب الأولويات، القاهرة، دار الفجر، 2004، ص26.

(12) محمود عودة، أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي، ط2، الكويت، ذات السلاسل للطباعة والنشر والتوزيع، 1989، ص ص17-18.

(13) قيس الياسري وآخرون، مصدر سابق، ص98.

(14) محمود أدهم، فن تحرير التحقيق الصحفي، القاهرة، دار الشعب، 1988، ص 100 – 101.

(15) كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، مصدر سابق، ص187.

(16) محمد الدروبي، مصدر سابق، ص 226 – 227.

(17) جمال الدين بن منظور، مصدر سابق، مادة عنن.

(18) محمد فريد محمود عزت، مصدر سابق، ص249.

(19) محمود أدهم، المقابلات الإعلامية: إدارتها، تحريرها، نشرها، القاهرة، دار الثقافة، 1984، ص ص204-214.

(20) مرعي مدكور، الصحافة الإخبارية، القاهرة، دار الشروق، 2002، ص ص144-145.

(21) محمود أدهم، المقابلات الإعلامية: إدارتها، تحريرها، نشرها، مصدر سابق، ص233.

(*) غوبلمان هو إذاعي روسي بارز، عمل في ميدان الريبورتاج الإذاعي مدة طويلة، ويمتلك خبرة فنية قيمة اعتمد عليها الكثير من العاملين في الصحافة الإذاعية. أنظر: ايوار تريكل وآخرون، مصدر سابق، ص5.

(22) سلافوي هاشكوفتس، ويارو سلاف فرست، مدخل إلى الصحافة: صحافة وكالات الأنباء، ترجمة: جيان، ط2، بيروت، دار الفارابي، 1985، ص26.

(23) دوم نيوسوم وبوب كاريل، الكتابة للعلاقات العامة: الشكل والأسلوب، ترجمة: فايد رباح، غزة، دار الكتاب الجامعي، 2003، ص98.

(24) محمد عبد القادر حاتم، الرأي العام والدعاية، القاهرة، مكتبة الانجلو مصرية، 1972، ص275.

(25) محمد مرعي، المذيع في وسائل الاتصال الالكترونية، دمشق، المعهد العربي للتدريب الإذاعي والتلفزيوني، 1999، ص12.

(26) عبد العزيز شرف، فن التحرير الإعلامي، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1980، ص174.

(27) علي الجارم، ومصطفى أمين، البلاغة الواضحة، ط11، القاهرة، بدون ناشر، 1969، ص122.

(28) محمد فريد محمود عزت، مصدر سابق، ص139.

(**) التلخيص لغوياً يعني الإيجاز، وفي الكتابة يعني استخلاص جوهر المعنى للموضوع أو الفقرة، ويعتقد البعض إن معنى التلخيص لا يتطابق مع معنى الاختصار، إذ أن الاختصار – بصورة أو بأخرى – يعني مجرد تقليص حجم النص. أنظر: نبيل حداد، في الكتابة الصحفية: السمات، المهارات، الأشكال، القضايا، عمان، دار الكندي، 2002، ص85.

(29) محمود أدهم، المقابلات الإعلامية: إداراتها، تحريرها، نشرها، مصدر سابق، ص ص268-270.

(30) إجلال خليفة، الوسائل الصحفية وتحديات المجتمع الإسلامي المعاصر، القاهرة، مكتبة الانجلو مصرية، 1980، ص18.

(32) حسني الخزاعي، مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية، عمان، دار البركة، 2004، ص63.

(33) فلاح كاظم المحنة، مصدر سابق، ص272.

(34) اوستن راني، مصدر سابق، ص45.

(35) عارف حجاوي، الكتابة للراديو: مذيع بلا نص مذيع أخرس، فلسطين، جامعة بير زيت، 2004، ص25.

(36) انظر في ذلك:

- أوستن راني، مصدر سابق، ص29.

- عبد الدائم عمر الحسن، الكتابة والإنتاج الإذاعي بالراديو، مصدر سابق، ص98.

- كينجون وكاوجيل ورالف ليفي، الإذاعة بالراديو والتلفزيون، ترجمة: نبيل بدر، القاهرة، الدار المصرية العامة للتأليف والترجمة، بدون تاريخ، ص118.

- أميرة الحسيني، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، بيروت، دار النهضة العربية، 2005، ص28.

(***) منتجة الأخبار السابقة في محطة KUSA TV في دنفر، وهي محطة متفرعة عن شبكة ABC، وتقوم بتدريس الصحافة الإذاعية. أنظر: أميرة الحسيني، مصدر سابق، ص105.

(37) كارول ريتش، كتابة الأخبار والتقارير الصحفية، ترجمة: عبد الستار جواد،

العين، دار الكتاب الجامعي، 2002، ص352.

(38) حسين رشيد العزاوي، فن المقابلة الإذاعية في الإذاعات العراقية، بغداد، كلية الإعلام، 2005، ص51.

(39) جون ل. هاتلنج، أخلاقيات الصحافة، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار العربي، 1981، ص81.

(40) جيهان احمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، 1975، ص461.

(41) ألبرت ل. هستر، ووراي لان ج. تو، دليل الصحفي في العالم الثالث، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1988، ص111.

(42) جلال الدين الحمامصي، من الخبر إلى الموضوع الصحفي، مصدر سابق، ص178.

(43) ليلى عبد المجيد، سياسات الاتصال في العالم الثالث، القاهرة، دار الطباعي العربي، 1986، ص45.

(****) المفهوم المعرفي للموضوعية –كما جاء في المعجم الوسيط-هو منحى فلسفي يرى أنَّ المعرفة إنما ترجع إلى حقيقة غير الذات المدركة لها، وهي معيار للمعرفة التي يتسم باليقين. أما دلالتها الأخلاقية فتعني النزاهة في القصد، والبعد عن الهوى، والتجرد من العواطف الذاتية. أنظر: محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2003، ص ص125-126.

(44) عبد الرحمن بدوي، الأخلاق النظرية، الكويت، دار سالم للطباعة، 1975، في: محمد حسام الدين، مصدر سابق، ص127.

(45) ميخائيل مينكوف، المبادئ الأساسية في الصحافة الإذاعية، ترجمة: فؤاد الشيخ، دمشق، دار مشرق-مغرب للخدمات الثقافية، 2000، ص117.

(46) السيد أحمد مصطفى عمر، مصدر سابق، ص269.

(47) Floyed Baskett, Tack Sisocr: The Art of editing, p. 58.

(48) Nash, Roy. W: How to write A Reports, The Macmillan Company, New York, 1990, p.p.112-114

الفصل الثالث

نشأة إذاعة مونت كارلو الدولية وتطورها

النشـأة

بدأ بث إذاعة مونت كارلو أول مرة عام 1942 من مدينة مونت كارلو[*] في إمارة موناكو[*1] باللغة الفرنسية، فضلاً عن اللغة المحلية لسكان الإمارة التي يطلق عليها (مونكازكو Monegasque) وهي خليط من اللغتين الفرنسية والإيطالية، ولم يكن الغرض من إنشائها آنذاك سياسياً أو من أجل تطلعات خارجية، ولهذا كانت برامجها لا تتعدى الموسيقى العالمية والأوبريتات والبرامج الرياضية المختلفة[1]، ولكن سرعان ما تغير هذا الوضع بعد وقوع فرنسا تحت الاحتلال الألماني في الحرب العالمية الثانية، ما جعل الإذاعة في قبضة قوات الاحتلال النازية، فَسَخَّرَت إمكاناتها لخدمة الدعاية النازية، وتضمنت برامجها نشرات للأخبار منذ شهر شباط عام 1944.

وبعد انتهاء الحرب قام الأمير لويس الثاني حاكم إمارة موناكو آنذاك بإصدار قرارٍ جعلَ بموجبه أسهم المحطة الإذاعية مع شركة سوفيراد SOFIRAD (الشركة المالية للإذاعة)، وبذلك أصبحت الحكومة الفرنسية تمتلك ما قيمته 83.34% من أسهم الإذاعة، أما ما تبقى من الأسهم وهو 16.66% فيعود إلى خزانة الإمارة[2].

ولأسبابٍ سياسيةٍ واقتصاديةٍ وجغرافيةٍ ظلَّ تطور إذاعة مونت كارلو مرتبطاً بتطور الأوضاع في فرنسا، وكذلك بدرجة استقلال إمارة موناكو عن السيطرة المركزية للحكومة الفرنسية[*3].

بعد حرب حزيران عام 1967 بين العرب و(إسرائيل) شعر الرئيس الفرنسي الجنرال شارل ديغول بأهمية تأسيس إذاعة فرنسية تخاطب العرب بلغتهم، مدركاً أنَّ الاضطراب السياسي في تلك المنطقة من العالم ليس بالعابر، ومن ثمَّ لابد من وسيلة إعلامية تتمتع باستقلال معين في موادها التحريرية، ولتعطي لفرنسا صوتاً في منطقة ما يسمى بالشرق الأوسط، فطلب استحداث إذاعة تبثّ باللغة العربية وبمنظور فرنسي، توجه برامجها إلى تلك المنطقة المضطربة أصلاً والمرشحة، حسب رؤيته، لمزيدٍ من الاضطراب، وأوكلت مهمة التنفيذ إلى شركة (سوفيراد)، وكان يديرها آنذاك بيير لوفرون، أحد المساعدين المقربين جداً من ديغول، وهو الذي رأى أنَّ قبرص هي المكان المناسب لبث الإذاعة الجديدة طالما أنَّ المدى يمكن أن يصل إلى العراق ويغطي المشرق العربي، لكن تعذرت تغطية مصر. وجرى التفاوض مع الحكومة القبرصية

حول إمكانية نصب المرسلات فيها والحصول على امتياز البث الإذاعي، فوجدت قبرص نفسها محرجة بين الطلب الفرنسي والعلاقة مع بريطانيا، وكان لابدَّ من غطاء للعملية، فجاء الغطاء عبر فكرة تقوم على أنَّ (سوفيراد) تمتلك أسهماً في راديو مونت كارلو ومقرها في موناكو، ويمكن استخدام الاسم الموجود سلفاً وإطلاق الإذاعة الجديدة تحت اسم (راديو مونت كارلو/الشرق الأوسط). بعد ذلك سارت الأمور سيراً حثيثاً ونصبت المرسلات وبدأ البث باللغة العربية في عام 1972[3].

ويتكون مجلس إدارة الإذاعة بالكامل من فرنسيين، ويترأسه شرفياً حتى الآن (الأمير بيير) أمير موناكو[*4]، وقد عانت إدارة الإذاعة من بعض المصاعب لا سيما موضوع الضيوف ومشكلة إيصالهم إلى موناكو بسبب عدم وجود مطار في الإمارة ما يضطر الضيف القادم إلى الإذاعة لاستخدام مطار مدينة (نيس) ثم يأتي براً إلى موناكو قاطعاً مسافة زمنية تقدر بثلاثة أرباع الساعة، لذلك قامت الشركة المالكة بتأجير مقر جديد للإذاعة في باريس سنة 1987 وكانت تشغل طابقاً واحداً في المبنى وبقيت فيه حتى عام 1998[4].

انضم راديو مونت كارلو تحت إدارة SOMERA وهي شركة لمنظمة الإذاعة الفرنسية خلفت (دائرة الراديو والتلفزيون الفرنسية ORTF) في إشرافها عليه، إذ أصبحت أسهم الحكومة في تلك المدة مناصفة تقريباً بين شركة SOFIRAD الحكومية وراديو مونت كارلو، فكانت الحكومة الفرنسية تشارك بنسبة 51%، وبقية الجهات المساهمة الأخرى تشارك بنسبة 49% في تمويل الإذاعة.

وقد اعتمدت الإذاعة منذ بداية بثها الوصفة التي سبق أن أثبتت فعاليتها في فرنسا، أي تقديم وسيلة إعلامية مسموعة تمزج بين البرامج الشاملة والإعلانات، ما جعلها أسرع في الانتشار، وجذبت المستمعين العرب عبر الأصوات الإذاعية المتحررة من النبرة الرسمية والتقليدية التي تأتيهم من إمارة ذات اسم يوصف بأنه (ساحر)، فكان فريق البرامج يقيم في موناكو بالفعل، وفريق الأخبار في باريس برئاسة (أنطوان نوفل)[*5]، وساعد ذلك الانتشار الذي تواصل في عقد الثمانينيات على اجتذاب المزيد من الإعلانات[*6]، وكان ذلك كفيلاً بتمويل الإذاعة، لكن انخفاض أسعار الدولار وتراجع أسعار النفط أسهماً في خفض المداخيل الإعلانية التي كانت تأتي في الغالب من الدول العربية، ما تطلب مواجهة ذلك التراجع الحاد في الموارد، فلجأت إدارة الإذاعة إلى وزارة الخارجية الفرنسية، لكن الوزارة فضَّلت آنذاك تمويل قسم عربي

في إذاعة فرنسا الدولية على نجدة راديو مونت كارلو، فدخل الراديو عقد التسعينيات وهو يعيش ضائقة مالية أدت إلى تراجعه، واعتمد في تلك المدة على شهرة العاملين فيه للاحتفاظ بنسبة من مستمعيه. وفي أواخر عام 1996 اضطرت إدارة الإذاعة إلى الموافقة على ضم راديو مونت كارلو إلى القسم العربي في إذاعة فرنسا الدولية(5)، فبيعت الإذاعة بسعرٍ رمزي (فرنك واحد فقط) إلى الحكومة الفرنسية وأصبحت مملوكة الأسهم بالكامل لإذاعة فرنسا الدولية وتُمَوَّلُ من قبل وزارتي الثقافة والخارجية الفرنسيتين، وفي شهر مايس 1999 انتقلت الإذاعة إلى مقرها الجديد في دار الإذاعة الفرنسية بباريس، وفي كانون الأول عام 2006 بدأت قناة France24 التلفزيونية الفضائية الفرنسية بثها بثلاثة لغات (الفرنسية والإنكليزية والعربية) فأصبحت إذاعة مونت كارلو تابعة إدارياً إلى القسم العربي في تلفزيون (فرانس 24) وصار لهما إدارة واحدة، أي أن الذي يعمل في الإذاعة يعمل في التلفزيون كذلك(6).

ومع حلول عام 2007 تغير اسم الإذاعة من (راديو مونت كارلو الشرق الأوسط) إلى (مونت كارلو الدولية)(*7)، وبدأت تغييرات أساسية في إدارتها وتوظيف أصوات جديدة، بعد أن وصل الإعلاميون الكبار في مونت كارلو إلى سن التقاعد، فغادروا الإذاعة ومنحتهم المؤسسة الإعلامية الفرنسية حقوقاً تقاعدية، واستبدلت معظم الأصوات الإذاعية القديمة المعروفة بأخرى جديدة(7)، وجرى إعداد مجموعة منوعة من البرامج وتنفيذ مشاريع تقوية البث عبر محطات FM أقيمت في بعض العواصم والمدن العربية(*8).

ومع دخول مونت كارلو الدولية مرحلة جديدة بإضافة صفة (الدولية) لها، تمثلت في الانفتاح على كامل الوطن العربي، بعد أن كانت متجهة في السابق نحو المشرق العربي فقط، ومع دخول موريتانيا إلى قائمة الأقطار العربية التي تبث فيها الإذاعة عبر موجة FM وكذلك باقي أنحاء المغرب العربي، برزت رغبة إدارة الإذاعة بإغناء برامجها بأصوات تمثل لهجات عربية متنوعة، فاستقطبت أصواتاً من دول المغرب العربي حتى صار الجمهور يسمع معظم اللهجات العربية في الإذاعة وظهرت حالة التبادل في اللهجات العربية المتعددة في برامجها(8).

وبشأن أقسام الإذاعة فإنها تتألف من الأقسام الرئيسة الآتية(9):

1) قسم الإدارة

2) قسم الأخبار

3) قسم البرامج
4) قسم الكومبيوتر
5) قسم هندسة الصوت

أما هيكلية الإذاعة فتتكون من[10]:

- الرئيس
- المدير العام
- نائب المدير العام للأخبار والبرامج
- نائب المدير العام للشؤون الإدارية والمالية

وما إن دخل العام 2010 حتى صارت الإذاعة تميل إلى الشكل الفرنسي أكثر من السابق، لمواكبة العصر بعد دخول الفضاء المنافس، فمنذ بداية ذلك العام أصبحت الإذاعة لا تضع فرقاً عملياً بين التخصص في العمل، فأصبح الصحفي هو مذيع ومحرر أخبار في الوقت نفسه، وأصبحت الإذاعة دائرة واحدة، فالذي يعمل في الأخبار يمكن أن يعمل في برنامج ثقافي أو فني، إذ صار الجميع بمثابة الصحفي الشامل ولم يعد هناك محرر فقط أو مذيع فقط[11].

وابتدأت مونت كارلو الدولية العام 2010 باستثمار عشرة ملايين يورو لتطوير الإذاعة وعملها والبث على مدار الساعة وجعل نسبة البرامج المباشرة 80% من البث اليومي والاعتماد على أساليب جديدة في البرامج مع الحفاظ على الأسس القديمة للتقرب من المستمع وجعله يشعر كأنه مع فريق مونت كارلو[12]، وتحاول الإذاعة (مدّ جسور للحوار مع الوطن العربي، وكذلك التعريف بالقيم والخصائص الفرنسية وتحقيق أهداف سياسة الإعلام الخارجي الفرنسي، من خلال تقديم الخبر والترفيه والتعليم، لخلق نطاق إعلامي أكثر اتساعاً يتمحور حول مفهوم الإعلام الترفيهي التثقيفي والبث المباشر والحضور الدولي)[13].

شبكة برامج الإذاعة

تقدم إذاعة مونت كارلو الدولية شبكة متنوعة من البرامج تتغير من دورة برامجية إلى أخرى، وتتضمن الدورة البرامجية في المدة الخاضعة للدراسة والممتدة من تاريخ 2009/7/1 لغاية 2010/6/30 ما يأتي:

* **صباح مونت كارلو:** نشرة متواصلة تقدم كل يوم من الساعة الرابعة إلى الثامنة صباحاً بتوقيت باريس، يقدمها وليد عباس وعماد خياط، وتتضمن:

- جريدة إخبارية مدتها 15 دقيقة تقدم كل ساعة.
- موجز للأخبار مدته 3 دقائق يقدم كل نصف ساعة.
- تذكير بالعناوين في الدقيقة 45 من كل ساعة.
- كما تستعرض في هذه المدة معلومات عن الحالة الجوية وحركة الطيران وأخبار ثقافية وجديد النجوم والمشاهير ومداخلات مباشرة للمراسلين وصحفيي الإذاعة في تحليل الحدث.

* **نشرة أخبار الساعة الواحدة:** تقدم يومياً الساعة الواحدة ظهراً بالتوقيت الفرنسي.

* **مساء مونت كارلو الدولية:** يقدم كل يوم من الساعة الخامسة إلى السادسة مساءً بالتوقيت الفرنسي، ويتضمن أخباراً وريبورتاجاً ومداخلات لمراسلي وضيوف الإذاعة وكذلك عرضاً للأحداث الرياضية والاقتصادية والتكنولوجية والسينما والمسرح والثقافة والموسيقى. تقدم بصوت كمال طرابيه ومليكة ليشاني.

* **منتدى الصحافة:** برنامج يعالج تغطية الصحافة والإعلام للحدث في العالم مع الصحفيين والمراسلين العرب في فرنسا وخارجها، يقدم يومي السبت والأحد من الساعة 9.12 إلى 10.0 ومن 15.12 الى16.0 بتوقيت باريس.

* **نيو ويف:** برنامج موسيقي متواصل وأخبار خفيفة منوعة، يقدم يومياً من الساعة 10 إلى الساعة 12 وكذلك من الساعة 13.20 إلى الساعة 15.0 بالتوقيت الفرنسي.

* **ميوزك آور:** مجلة الموسيقى وتشمل لقاءات مع نجوم الأغنية الفرنسية والعالمية وتسجيلات حية ومواهب شابة. يقدم يومياً من الساعة 12-13 بتوقيت باريس.

* **أبراج:** في هذا البرنامج يقوم عالِمُ الفلك الفلسطيني إبراهيم حزبون برصد حركة الكواكب والنجوم ومواقعها في الأزمان المختلفة ويفسر تأثيرها على الإنسان مستخدماً قواعد التنجيم في توقع الأحداث للأبراج كافة، وتقدم هذا البرنامج ريتا خليل وفيروز توفيق، يومياً في الساعة 6.50 دقيقة ويعاد بثه في الساعة 10.15 بتوقيت باريس.

* **إي ميل:** برنامج يعالج أبرز التطورات على صعيد التكنولوجيا الحديثة.

* **الصحة المستدامة:** يقدم من الإثنين إلى الجمعة في الساعة 3 بعد الظهر بتوقيت باريس، ويعاد بثه في الساعة 9 من صباح اليوم التالي، وهو برنامج يفتح ملفات طبية بشكل عصري مع أطباء واختصاصيين يجيبون عن أسئلة المستمعين حول الصحة والتغذية والجديد في عالم الطب، وهو من إعداد وتقديم صونيتا ناضر.

* **النشرة الرياضية:** فقرة يومية تهتم بأبرز الأحداث الرياضية في العالم العربي والعالم.

* **أنتم والنجوم:** برنامج أسبوعي يستضيف نجوم الأغنية الشباب ويتحدثون عن إنتاجهم، ويتحاورون مع أصدقائهم الذين يفاجؤونهم عبر الهاتف، كما يردون على أسئلة المستمعين. من إعداد وتقديم فايز مقدسي.

* **بدون قناع:** برنامج يسلط الضوء على شخصية معروفة في الميدان السياسي أو الثقافي أو الفني، إذ يبحث في الأوجه المتعددة للشخصية عبر شهادات الأصدقاء وتساؤلات المستمعين ويتعرف عليهم. من إعداد وتقديم كابي لطيف.

* **بورتريه:** برنامج يسلط الأضواء على شخصية تصنع الحدث. يعد البرنامج ويقدمه كمال البني.

* **ثقافات:** وصلات انتقائية أسبوعية من باريس إلى أبرز الساحات الفنية والثقافية العالمية والعربية، ويتضمن هذا البرنامج وقفات مع آخر نتاجات وإبداعات الفنّانين والكتّاب ويهتم بصورة خاصة بالشارع الثقافي الفرنسي المعروف بتنوع مصادره وأهوائه، وهو من إعداد وتقديم علياء قديح.

* **توب تن:** برنامج أسبوعي يقدم جديد الموسيقى العربية كل يوم اثنين في الساعة 8.3 دقائق بتوقيت باريس، وهو من إعداد حنان الصباغ وتقديم عبير نصراوي.

* **حكاية نغم:** برنامج يومي يقدم في الساعة 5.35 بتوقيت باريس، ويعرض الظروف التي تولد فيها الأغاني والمعزوفات الموسيقية. وهو من إعداد وتقديم عبير نصراوي.

* **حياة وناس:** برنامج يومي يتناول قضايا اجتماعية واقتصادية وصحية عن طريق إثارة مواضيع ذات صلة بالواقع اليومي لحياة الناس ويستضيف مختصين في هذه المجالات ويستقبل آراء وأسئلة المستمعين. هذا البرنامج من إعداد وتقديم نعمات المطري.

* **خبر وتحليل:** فقرة إخبارية تتناول حدثاً أو خبراً بالشرح والتحليل وبيان تداعياته، ويبث من الإثنين إلى الجمعة عند الساعة 4.15 صباحاً بتوقيت باريس ويعاد بثها خلال الفترات الإخبارية الصباحية والمسائية. من إعداد وتقديم عبد الوهاب بدرخان.

* **ديجيتال:** برنامج يتناول الابتكارات التقنية المختلفة. تعده وتقدمه نايلة الصليبي.

* **رفقاً بأرضنا:** فقرة يومية تبرز المبادرات الفردية والجماعية لحماية البيئة وتعزيز التنمية المستدامة. يقوم بإعداد وتقديم الفقرة إحسان التليلي.

* **ريبورتاج:** فقرة يومية تقدم ريبورتاجات إذاعية يقوم بها صحفيو ومراسلو الإذاعة في فرنسا والوطن العربي والعالم، ويقدم يومياً عند الساعة 4.5 دقائق مساءً بتوقيت باريس.

* **ريبورتاج ثقافي:** تحقيقات ثقافية وفنية في البلدان العربية والعالمية يجريها مراسلو الإذاعة المنتشرون في العالم، وقسم الريبورتاج في مقرها بباريس، وتستعرض أحداث الساعة الثقافية مسلطة الضوء على أهمها.

* **ساعة موسيقى:** برنامج يومي يمزج الماضي بالحاضر ويكشف عادات وتقاليد الشعوب وحكايات الفنانين. إعداد وتقديم ميساء عيسى.

* **سهرة خليجية:** برنامج يقدم في الساعة السابعة وخمس دقائق بتوقيت باريس مساء كل يوم أحد، ويتابع أهم الأحداث الثقافية والفنية ويستضيف الفنانين والمثقفين من صانعي الحدث في الخليج العربي كما يسلط الضوء على جديد المهرجانات والتظاهرات المختلفة، وهو من إعداد وتقديم سعد المسعودي.

* **سهرات باريسية:** برنامج يستضيف شخصيات تزور باريس وتقدم أنشطة وفعاليات، كما يلقي الضوء على التظاهرات الثقافية والفنية في العاصمة الفرنسية. وهو من إعداد وتقديم كابي لطيف.

* **شخصيات من باريس:** برنامج أسبوعي يستضيف شخصيات من أصول ٍعربيةٍ متعددة يعيشون في باريس ويعكسون تعددية المجتمع الفرنسي، يمثلون رجال ونساء السياسة والثقافة والرياضة والفن، ويستعيدون ذكريات طفولتهم ويتحدثون عن حياتهم الحالية وتطلعاتهم والتزاماتهم وإنتاجهم ومواهبهم، ويسافر البرنامج من وقتٍ إلى آخر إلى الخارج ليلتقي شخصيات عربية تصنع المشهد الثقافي والفني في بلادها. البرنامج من إعداد وتقديم سميرة إبراهيم.

* **صحتكم تهمنا:** فقرة تتكون من دقيقتين، تتضمن نصائح وإرشادات لأجل الرشاقة. الفقرة من إعداد وتقديم إيلي أيوب.

* **مقابلة:** برنامج يتضمن حواراً مع شخصيات مختلفة.

* **ميديا:** نافذة يومية تطل على آخر أخبار الوسائل الإعلامية المكتوبة، المسموعة والمرئية من مختلف أنحاء العالم، وتقدم كل صباح شخصية إعلامية أو اجتماعية أو صحافية تحاورها المذيعة نضال شقير عن أهم وآخر إشكاليات عالم الإعلام وأهله.

* **هيد باراد:** برنامج يقدم كل أربعاء يتضمن سباق الأغاني الأجنبية الأوربية والأمريكية. وهو من إعداد وتقديم ميساء عيسى.

* **لقاءات مونت كارلو:** حوارات على هامش الندوات والمعارض، مع فنانين ومثقفين، وهي من تقديم صحفيي ومذيعي الإذاعة.

موجات الاستماع للإذاعة

يجري إعداد وتنفيذ برامج إذاعة مونت كارلو الدولية في استوديوهات حديثة ورقمية، وقد عمدت الإذاعة في عام 2010 إلى تحديث طاقات البث فقامت بتجهيز محطة إرسال جديدة في قبرص لتحسين نوعية الاستماع. وتُبَثُّ البرامج جميعها على الموجات المتوسطة كما تقوم الإذاعة بتطوير بثها عبر موجات (FM). وفيما يأتي موجات الاستماع للإذاعة[14]:

في الشرق الأوسط

على الموجة المتوسطة 1233 KHz

موجات FM

الإمارات العربية المتحدة: 95,3 FM

عمان، الأردن: 97,4 FM

عجلون، الأردن: 106,2 FM

بغداد، العراق: 88 FM

أربيل العراق: 103 FM

البصرة، العراق: 89,4 FM

الموصل، العراق: 88 FM

تكريت، العراق: 95 FM

الكويت: 107,3 FM

المنامة، البحرين: 90,9 FM

الدوحة، قطر: 93,4 FM

جوبا، السودان: 90,4 FM

الخرطوم، السودان: 93 FM

أرتا، جيبوتي: 97,2 FM

نواكشوط، موريتانيا: 90,2 FM

رام الله، فلسطين: 94,6 FM

نابلس، فلسطين: 97,3 FM

الخليل، فلسطين: 99,7 FM

طرابلس، لبنان: 103,3 FM

صور، لبنان: 103,3 FM

صيدا، لبنان: 103,3 FM

بيروت، لبنان: 103,3 FM

التقاط بوساطة الأقمار الصناعية

Atlantic Bird 3: 3,727 Ghz PID: 881

Eutelsat W3: 11,283 Ghz PID: 1608

BADR6: 11,747 PID: 82

Nilsat 101: 11,843 PID: 2004

Astra 01: 12,207 PID: 1915

Afristar World Space: East

ADSL

اتصالات المغرب Maroc Telecom

فرنسا Free Telecom

التقاط بوساطة الأقمار الصناعية في القارة الأميركية

NSS 806: 3,803 GHz DVB

البث عبر باقة القمر الصناعي كانال ساتيليت على التردد الرقمي: 179

الإذاعة الرقمية Live Radio Orange، Nokia Internet Radio service

ومنذ الأول من آذار 2010، أصبح بالإمكان الاستماع في الأراضي الأميركية كافة إلى برامج مونت كارلو الدولية عبر الهاتف، وذلك بالاتصال على الرقم الآتي: 202.292.5185

وفي فرنسا صار بالإمكان متابعة أحداث الساعة من مونت كارلو الدولية، بتسع لغات، عبر الهاتف وذلك بفضل إذاعة فرنسا الدولية RFI على الرقم 3223 ثم اختيار RFI أو كتابة الرمز 734، بكلفة 34 سنت/ يورو للدقيقة الواحدة، ما جعل بالإمكان متابعة أخبار مونت كارلو الدولية باللغة الفرنسية فضلاً عن (8) لغات إضافية وهي (العربية، والصينية، والروسية، والفارسية، والانكليزية، والاسبانية، والفيتنامية، والكمبودية).

برامج الريبورتاج في إذاعة مونت كارلو الدولية

اهتمت إذاعة مونت كارلو الدولية ببرامج الريبورتاج منذ انطلاقتها الأولى ولحد الآن، وقَدَّمَته فقرة مستقلة أو ضمن نشرات الأخبار أو فقرات البرامج، ودأبت الإذاعة على تقديم ريبورتاجات ضمن برامج أخرى بصورة شبه يومية، وفي أوائل شهر كانون الثاني من عام 1990 قدمت الإذاعة برنامجاً يومياً عنوانه (ريبورتاج) كان من إعداد وتقديم الإعلامي (سعد المسعودي) وتضمن ريبورتاجاً في كل حلقة يعالج موضوعاً معيناً، إذ تناولت حلقته الأولى موضوع (الوشم)، في حين كانت حلقته الثانية عن

(الليل في باريس)، والثالثة تناولت (متحف اللوفر)، واستمر البرنامج لمدة ستة أشهر فقط، إذ توقف بعد انتهاء تلك الدورة البرامجية[15]. ثم توالت الريبورتاجات ضمن مفردات منهج الدورات الإذاعية، وفي عام 2006 بدأت الإذاعة بتقديم فقرة يومية مستقلة عنوانها (ريبورتاج) تتضمن ريبورتاجات يقوم بإعدادها صحفيو الإذاعة ومراسلوها[16]، وهي مستمرة حتى الآن، وتذاع يومياً بعد موجز أخبار الساعة الرابعة عصراً بالتوقيت الفرنسي، ويبث فيها ريبورتاج واحد فقط يومياً، كما ظهر في أيلول 2009 برنامج يحمل اسم (أهواء) يقدم ريبورتاجات ثقافية وفنية، وكان يبث يومياً في الساعة الرابعة وأربعين دقيقة صباحاً، ثم يعاد بثه في الساعة الرابعة وعشر دقائق مساءً بتوقيت باريس، ومدته لا تتجاوز (5) دقائق، ثم قررت إدارة الإذاعة تقليل وقت الريبورتاجات بأنواعها كلها لتكون ما بين دقيقتين ونصف إلى ثلاث دقائق، وكان برنامج أهواء يقدم ريبورتاجات لصحفيتين هما (ميشا خليل ولينا محمود) ثم بعد حلقاتٍ عدَّة أسند البرنامج إلى (ميشا خليل) لتستمر في تقديم ريبورتاجات يومية من خلاله حتى توقف البرنامج بعد ثلاثة أشهر إثر انتهاء الدورة البرامجية، فجرى دمج الريبورتاجات الثقافية والفنية مع باقي الأنواع الأخرى ضمن فقرة (ريبورتاج) اليومية المستمرة في البث[17].

وتخضع أفكار الريبورتاجات للمناقشة في اجتماع هيئة التحرير يومياً عند الساعة التاسعة صباحاً وكذلك الاجتماع الثاني عند الساعة الثانية ظهراً، يجري فيه تحديد وتقييم المواضيع وتحديد المهام وتكليف الصحفيين بإجراء الريبورتاجات وتحديد متطلباتها[18]، وقد تقوم هيئة التحرير بتحديد مواضيع الريبورتاجات أو يمكن أن يقترح الصحفي موضوعاً ليقوم بعدها بخطواته في هذا الأمر، أما إذا كان موضوع الريبورتاج خارج فرنسا فيترك لمراسل الإذاعة تقرير فيما إذا كان الموضوع يستحق عمل ريبورتاج أو قد تكلف الإدارة أحد صحفيي الإذاعة بالسفر لتغطية حدثٍ ما أو موضوع معين في دولة أخرى أو تكلف مراسلها في تلك الدولة بذلك، وينطلق معظم الصحفيين في الإذاعة من مبدأ (الذي يهمني يمكن أن يهم المستمعين)[19]، وأول خطوة يقوم بها الصحفي هي عمل دراسة سريعة للموضوع عبر الانترنيت ليختار الزاوية التي يعالجها، ويحدد نوع الأشخاص الذين يسعى لمقابلتهم حسب وجهة الموضوع[20]، فالموضوع هو البوصلة لاختيار الشخصيات، وغالباً ما يسعى الصحفيون لاختيار

شخصيات من الخط الأول ذات العلاقة المباشرة بالحدث، وتمنح الإذاعة صحفييها ومراسليها الحرية لاختيار طريقة المعالجة بدون قيود رقابية[21]، ويقوم كل صحفي بإعداد وتنفيذ وكتابة ومونتاج وإخراج الريبورتاج بنفسه، ليسلمه جاهزاً إلى مقر الإذاعة، وعندما يكلف صحفي من المقر بعمل ريبورتاج خارج فرنسا، يزود بجهاز كومبيوتر محمول مجهز بأحدث البرامج والتقنيات المماثلة تماماً لما هو متوافر في استوديوهات باريس، فيأخذ الصحفي حاسوبه أينما يذهب ليكمل ريبورتاجاته ويرسلها جاهزة إلى الإذاعة، ولكن أحياناً قد تحدث مشكلة في جهاز التسجيل فيرسل النص الصوتي عبر الهاتف لتقوم الإذاعة بإعادة (مونتاجه) وإضافة العناصر والمؤثرات إليه داخل استوديوهاتها[22]. أما المراسلون المقيمون أصلاً في العواصم الأخرى فقد يرسلون ريبورتاجاتهم كاملة أو قد يرسلون المواد بدون مونتاج ليتم استكمال ذلك في استوديوهات باريس حسب طبيعة وظروف عملهم[23].

ويعتمد صحافيو مونت كارلو على مصادر متنوعة لمعلوماتهم، فالإذاعة تتعامل مع وكالة الصحافة الفرنسية التي تعد مصدراً رئيساً للمعلومات، وكذلك الصحف الفرنسية والعربية والعالمية، فضلاً عن مكتبات فرنسية عدة توجد ضمن بناية الإذاعة بحكم كونها تشترك بالبناية نفسها مع إذاعة فرنسا الدولية، وتذكر إحدى الصحفيات المتخصصات بالريبورتاجات في إذاعة مونت كارلو الدولية أنها لا يمكنها كتابة الريبورتاج قبل أن تذهب إلى موقع الحدث وتشاهد التفاصيل بنفسها، لأنها يمكن أن يكون لديها تصور معين قبل أن تذهب للمكان، ولكن حين تصل إلى هناك قد ترى أشياء أكثر أهمية من التي تصورتها في البداية، مما يسهم في تغيير أولويات إجراء الحوارات وإبراز المعلومات الأهم، فقبل تنفيذ الريبورتاج يكون لدى الصحفي رؤية معينة للموضوع، ولكن عند وصوله لموقع الحدث قد يرى أن هناك أشياء لم تكن في باله تصلح لتكون بارزة في الريبورتاج، وحينما يكمل عمله في الموقع يجد أن رؤية أخرى أكثر تكاملاً حول الموضوع قد تكونت لديه، ما يجعل ريبورتاجه أغنى بالمعلومات والأفكار، فتصبح لدى الصحفي ثلاث رؤى (قبل وأثناء وبعد) العمل الميداني، ليقوم بالمزاوجة بينها أثناء كتابته للسيناريو النهائي للريبورتاج[24]، وتذكر إحدى معدات الريبورتاج أن مدخل الريبورتاج المتمثل بأول ثلاث ثواني أو ثلاث كلمات يعد أصعب شيء فيه، لأنه يحدد إمكانية جذب المستمع ولفت انتباهه، ثم

تكون التكملة أسهل، ففي أحد الريبورتاجات عن الاحتلال الأمريكي للعراق، وضعت في المدخل صوت انفجار كبير تبعته أصوات صافرات الإنذار وصيحات الجنود الأمريكان وهم يذكرون أن انفجاراً وقع في الفلوجة، وعندما سمع زملاؤها في الأستوديو هذا الصوت تجمعوا حولها لأن الصوت لفت انتباههم وظلوا يستمعون للريبورتاج إلى نهايته، فأدركت الصحفية أن ذلك الصوت هو المدخل المناسب لريبورتاجها لجذب الجمهور(25).

ويركز صحفيو الإذاعة كثيراً على تفاصيل الحدث في ريبورتاجاتهم، ووصف صورة المشاركين، وإتاحة الفرصة للتفاصيل الصغيرة كلها للظهور، مثل ضحكة ممثلة أو خلفية صوتٍ مُحيطٍ بمهرجانٍ أو امرأة تتحدث عن شيءٍ حميمي وغيرها، فلا يُكتبُ كلّ شيءٍ للمستمع، بل يُعَوَّضُ عن ذلك بإعطاء الفرصة لأصواتٍ من الواقع لتحكي القصة، بهدف تحريك خيال المستمع وذكائه ليتصوَّرَ المشهد(26)، كما أن للمقابلات دورها الذي لا يستغنى عنه داخل الريبورتاجات، إذ يجري الاستشهاد بأناسٍ يطرحون شهاداتهم وآراءهم تجاه القضية التي يتناولها، ويعمل الصحفيون بجد لجلب ما لا يقل عن ثلاثة أصوات (أي مقابلات) في كل ريبورتاج، ويجري الربط بين المسامع والفقرات بمعلومة(27).

إنَّ طريقة تركيب الريبورتاج هي جزء أساس من كل شيءٍ له علاقة بالتحرير، وذلك يؤثر على الجو العام له، وإنَّ اختيار القالب الفني له يعتمد كثيراً على نوع الموضوع وتوافر المؤثرات والأجواء العامة، وهناك قواعد عامة يلتزم بها معظم صحفيي الإذاعة في الريبورتاجات، إذ يجب ألاّ تقلَّ الحوارات في الريبورتاج الواحد عن ثلاثة أصوات، وألاّ يتخطى المسمع الواحد أكثر من ثلاثين ثانية، وضرورة التنوع في صوت المذيع وأصوات الضيوف والمقاطع الأخرى لتكون مدة الريبورتاج دقيقتين ونصف ولا تزيد في الأحوال كلها عن ثلاث دقائق، فضلاً عن المؤثرات الصوتية الضرورية، ووضع إيقاع معين يختلف من ريبورتاج إلى آخر. وتوجد في الإذاعة الفرنسية مكتبة صوتية ضخمة تحوي أنواع المؤثرات الصوتية كلها، غير أنَّ معظم صحفيي الإذاعة يفضلون الأصوات الخلفية الطبيعية من موقع الحدث إذا كانت متوافرة، ويقضي النظام الجديد للإذاعة بأن يقوم كل صحفي بعمل مونتاج لريبورتاجه بنفسه(28).

ويستخدم صحفيو الإذاعة اللغة العربية الفصيحة المبسطة في تقديم الريبورتاجات، وتسمى أحياناً (اللغة البيضاء) التي تعني لغة الإعلام أو لغة الصحافة،

وتقول إحدى المذيعات أنها تحاول عبر لغتها أن تكون قريبة من الجمهور، وتجعلهم يحسون أنها تشعر بهم وبمشاكلهم وتعيش في مجتمعهم نفسه، وتحاول ألاّ تضع حدوداً بينها وبين المستمعين لتضمن تفاعلهم مع المادة التي تقدمها لهم(29).

وتشير صحفية أخرى متخصصة بعمل الريبورتاجات أنها لا تناصر كثيراً الرأي القائل أنَّ استضافة الخبراء أو المسؤولين يعطي مصداقية للموضوع، بل هو فقط يلقي ضوءاً على زوايا معينة فيه، ففي كثيرٍ من الأحيان يكون كلام المسؤول الحكومي هو لغة رسمية خالية من الصدق تُسوِّقُ معلوماتٍ جاهزةٍ ومُحَضَّرةٍ للعلاقات العامة، وهي ما يطلق عليه (لغة الخشب)(*9).

ويسعى صحفيو الريبورتاجات في الإذاعة إلى الابتعاد عن الكلاسيكية وذلك بالتركيز على جوانب غير معروفة لمعظم المستمعين، وتركهم يتساءلون عن أشياء معينة فيه، فضلاً عن اختيار الموسيقى المعبرة النابعة من المجتمع الذي يتعلق به موضوع الريبورتاج، فكل موضوع لا يشبه الآخر، وهو يحمل جوَّهُ معهُ وصولاً إلى تحقيق صفة الحيوية في الريبورتاج(30).

مقدمو الريبورتاج في الإذاعة

جرى حصر أسماء الإعلاميين الذين أعدّوا وقدَّموا ريبورتاجات في الإذاعة أثناء مدة تسجيل الريبورتاجات لهذا الكتاب والممتدة لسنة واحدة من (من 2009/7/1 ولغاية 2010/6/30)، فكان عددهم أربع وعشرون صحفياً، واختلف عدد الريبورتاجات التي قدمها كل منهم، وكذلك مواقعها ومواضيعها، ونورد أسماؤهم في أدناه:

1) ميشا خليل – قدمت ريبورتاجات من داخل فرنسا ودول عربية وأوربية والولايات المتحدة الأمريكية.

2) رامتان عوايطية – قدمت ريبورتاجات من داخل فرنسا وبعض الدول العربية والأجنبية.

3) تاتيانا مسعد – قدمت ريبورتاجات من داخل فرنسا ودول عربية وأجنبية.

4) لينا محمود – قدمت ريبورتاجات من داخل فرنسا.

5) عبّاد خالد – قدم ريبورتاجات من داخل فرنسا.

6) سليم بدوي – قدَّم ريبورتاجات من بلجيكا.
7) شروق أسعد – قدَّمت ريبورتاجات من فلسطين.
8) عبّاد يحيى – قدَّم ريبورتاجات من فلسطين
9) إسلام عبد الكريم – قدَّم ريبورتاجات من فلسطين.
10) إسلام عبد الرحمن – قدَّم ريبورتاجات من السودان.
11) نبيل درويش – قدَّم ريبورتاجات من مصر.
12) بهاء الدين عبد الله – قدَّم ريبورتاجات من مصر.
13) عبد الباسط يونس – قدَّم ريبورتاجات من مصر.
14) ممدوح عبد المجيد – قدَّم ريبورتاجات من مصر.
15) فؤاد احمد – قدَّم ريبورتاجات من باكستان.
16) وسيم الزهيري – قدَّم ريبورتاجات من لبنان.
17) ميشيل معيكه – قدَّم ريبورتاجات من لبنان.
18) مراد أحمد – قدَّم ريبورتاجات من روسيا.
19) جلال الحكماوي – قدَّم ريبورتاجات من المغرب.
20) حسن الطهراوي – قدَّم ريبورتاجات من تركيا.
21) خميس الخياط – قدَّم ريبورتاجات من تونس.
22) أحمد الديحاني – قدَّم ريبورتاجات من السعودية.
23) خالد إسماعيل – قدَّم ريبورتاجات من سوريا.
24) إيمان الحمود – قدَّمت ريبورتاجات من الإمارات.

هوامش الفصل الثالث

(*) مونت كارلو Monte Carlo هي إحدى مدن إمارة موناكو على ساحل البحر الأبيض المتوسط، وتعد واحدة من أهم وأفخم المنتجعات السياحية العالمية، وتشتهر بكازينوهاتها، ويبلغ عدد سكانها حوالي (3000) نسمة، ويعود تأسيسها إلى العام 1866 وإسمها إيطالي المنشأ وترجمته (جبل شارل) أو (جبل كارلو) وقد أطلق تيمناً بإسم شارل الثالث أمير موناكو بين عامي 1856 – 1889، والجبل المذكور يقع أقصى النقاط جنوباً من جبال الألب البحرية والذي تقع المدينة على سفحه، أنظر الموقع : http://ar.wikipedia.org بتاريخ 2010/5/30.

(*1) تقع إمارة موناكو Monaco في جنوب القارة الأوربية، على الضفة الشمالية للبحر الأبيض المتوسط، لها حدود فقط مع فرنسا، وتعد ثاني اصغر بلد في العالم، بعد الفاتيكان، إذ لا تتجاوز مساحتها 0.7 ميل مربع، ويبلغ عدد سكانها 32 ألف نسمة فقط، ويرجع تأسيسها إلى العاشر من يونيو عام 1215م، وهي محاذية للريفيرا الفرنسية وقريبة من الحدود الايطالية، وتبعد 18 كيلومتر عن مدينة نيس الفرنسية، وتقع تحديداً على بداية هضاب جبال الألب، وتتميز بجمال طبيعتها، وإسم عاصمتها موناكو فيل Monaco-Ville، أنظر الموقع : http://marefa.org بتاريخ 2010/6/1.

(1) ماجي الحلواني، مدخل إلى الإذاعات الموجهة، القاهرة، دار الفكر العربي، 1982، ص159.

(2) المصدر نفسه، ص160.

(*3) حتى عام 1962 كانت الحكومة الفرنسية تفرض سيطرة صارمة على حركة البضائع بينها وبين إمارة موناكو عن طريق حاجز الرسوم الكمركية، وبعد عامٍ من ذلك التاريخ جرى رفع هذا الحاجز، ووقعت معاهدة جديدة جلبت العديد من الشركات الفرنسية للتأسيس في موناكو تحت السلطة المالية للحكومة الفرنسية، فقامت مجموعة من رجال الإعلام في فرنسا بالتنسيق مع الحكومة الفرنسية ومنظمتها الإذاعية السابقة ORTF بإنشاء راديو مونت كارلو، وذلك بالاستفادة من النظام الإذاعي التجاري الذي تأخذ به الإمارة، وهو النظام الذي يتيح للأفراد والشركات التجارية والهيئات بأنواعها امتلاك محطات إذاعية لأغراض تجارية.

(3) مقابلة مع أنطوان شوارتز، رئيس إذاعة فرنسا الدولية، جريدة الشرق الأوسط، الطبعة الدولية، لندن، العدد 10302 الصادر بتاريخ 2007/2/11.

(*4) الأمير ألبرت الكسندر لويس بيير، أمير موناكو، وهو نجل الأمير الراحل رينييه الثالث، وقد اعتلى عرش الإمارة بعد وفاة والده في نيسان 2005، ونصب الأمير بيير في يوم 12 تموز 2005، أنظر الموقع:

http://www.palais.mc/monaco/x-net/pages-speciales بتاريخ 2010/6/2.

(4) مقابلة أجراها الباحث مع الإعلامي العراقي سعد المسعودي، صحفي ومذيع في إذاعة مونت كارلو الدولية، بتاريخ 2010/5/24.

(*5) أنطوان نوفل كان رئيس القسم العربي في راديو مونت كارلو، وكانت هناك أصوات إذاعية اشتهرت بقوة بين المستمعين العرب عبر الإذاعة مثل سناء منصور وهيام وحنا مرقص (وهو أول من تكلم بالميكرفون في راديو مونت كارلو)، وكذلك انطوان بارود ومجدي غنيم ورواد طرابيه وحكمت وهبي وغيرهم.

(*6) تراوحت الأرباح السنوية الصافية للإعلانات في راديو مونت كارلو في عامي 1984 و1985 بين 3 و4 ملايين دولار، أنظر: مقابلة مع انطوان شوارتز، مصدر سابق.

(5) المصدر نفسه.

(6) مقابلة أجراها الباحث مع الإعلامي سعد المسعودي، مصدر سابق.

(*7) دخلت الإذاعة في سلسلة قضايا قانونية أمام المحاكم الفرنسية بسبب اسمها الأصلي بعد انفصالها عن (راديو مونت كارلو) الناطق بالفرنسية، وبما إنها صارت حكومية فلا يحق لها الاحتفاظ بالاسم القديم، ما استدعى تغيير الاسم وجعله (مونت كارلو الدولية)، وردت هذه المعلومة في: المصدر نفسه.

(7) مقابلة أجراها الباحث عبر الهاتف مع الإعلامية التونسية: عبير نصراوي، مذيعة ومقدمة برامج في إذاعة مونت كارلو الدولية، بتاريخ 2010/6/15.

(*8) أقيمت محطات FM لتقوية بث الإذاعة في عدد من العواصم والمدن العربية، فضلاً عن استمرار البث على الموجة المتوسطة 1233 KH، والبث عبر الأقمار الصناعية لأجهزة الاستقبال الفضائية (الساتلايت).

(8) المصدر نفسه.

(9) مقابلة أجراها الباحث مع الإعلامية الأردنية: نعمات المطري، مذيعة ومقدمة

برامج في إذاعة مونت كارلو الدولية، بتاريخ 2010/6/15.

(10) أنظر موقع:

http://www.france24.com/ar/quisommesnous-mcd بتاريخ 2010/6/1.

(11) مقابلة أجراها الباحث مع الإعلامي سعد المسعودي، مصدر سابق.

(12) حديث للإعلامية ناهدة نكد، مديرة الأخبار والبرامج في إذاعة مونت كارلو الدولية خلال مؤتمر صحفي مشترك في دمشق، منشور على الموقع الالكتروني: http://www.champress.net بتاريخ 2010/2/3.

(13) حديث للإعلامي ألان دو بوزياك، رئيس إذاعة مونت كارلو الدولية، خلال مؤتمر صحفي مشترك في دمشق، منشور على الموقع الالكتروني: http://www.champress.net بتاريخ 2010/2/3.

(14) انظر الموقع:

http://www.france24.com/ar/frequences-mcd بتاريخ 2010/6/28.

(15) مقابلة أجراها الباحث مع الإعلامي سعد المسعودي، مصدر سابق.

(16) أنظر الموقع: http://mc-douliya.com بتاريخ 2010/6/12.

(17) مقابلة أجراها الباحث عبر الهاتف مع الإعلامية اللبنانية ميشا خليل، صحفية ومذيعة في إذاعة مونت كارلو الدولية وقناة France24 الفضائية في باريس، بتاريخ 2010/5/27.

(18) مقابلة أجراها الباحث مع الإعلامي سعد المسعودي، مصدر سابق.

(19) مقابلة أجراها الباحث مع الإعلامية اللبنانية: تاتيانا مسعد، صحفية ومذيعة في إذاعة مونت كارلو الدولية وتلفزيون فرانس 24، بتاريخ 2010/6/1.

(20) مقابلة أجراها الباحث مع الإعلامية نعمات المطري، مصدر سابق.

(21) مقابلة أجراها الباحث مع الصحفي العراقي: باسل محمد، مراسل إذاعة مونت كارلو الدولية في بغداد، بتاريخ 2010/5/24.

(22) مقابلة أجراها الباحث مع الإعلامية الجزائرية: رامتان عوايطية، صحفية ومذيعة في إذاعة مونت كارلو الدولية وقناة France24 الفضائية، بتاريخ 2010/6/4.

(23) مقابلة أجراها الباحث مع الصحفي باسل محمد، مصدر سابق.

(24) مقابلة أجراها الباحث مع الإعلامية ميشا خليل، مصدر سابق.

(25) المصدر نفسه.

(26) مقابلة أجراها الباحث مع الإعلامية رامتان عوايطية، مصدر سابق.

(27) مقابلة أجراها الباحث مع الإعلامية نعمات المطري، مصدر سابق.

(28) مقابلة أجراها الباحث مع الإعلامية تاتيانا مسعد، مصدر سابق.

(29) مقابلة أجراها الباحث مع الإعلامية نعمات المطري، مصدر سابق.

(*9) لغة الخشب هي ترجمة حرفية للعبارة الفرنسية Langue de bois وهي لغة السياسيين الجاهزة للإجابة بصورة مثالية عن أي سؤال، وهي لغة رسمية تبتعد عن الحقيقة وعن النقد، وسميت لغة خشب لأن المتلقي لا يستطيع أن ينفذ من خلالها إلى حقائق الأمور، فالخشب مادة عازلة. جاء ذلك في مقابلة أجراها الباحث مع الإعلامية رامتان عوايطية، مصدر سابق.

(30) المصدر نفسه.

الفصل الرابع

تحليل ريبورتاجات

إذاعة مونت كارلو الدولية

أولاً: القالب الفني

تبين من خلال تحليل الريبورتاجات المذاعة في مونت كارلو الدولية أنَّ هناكَ تناسباً بين مقدمة الريبورتاج وجسمه وخاتمته في جميع الريبورتاجات، كما في الريبورتاج الذي تناول (الأعراس على الحدود السورية التركية) المذاع بتاريخ (2010/1/20)، ما يؤشر احترافية الصحفيين القائمين على إعداد الريبورتاج في الإذاعة، بما يحقق التناسب بين أجزاء القالب الفني المتكون من (مقدمة وجسم وخاتمة)، إذ لم يلحظ أي ريبورتاج غير متناسب الأجزاء، بل كانت الريبورتاجات جميعها مُعَدَّة وفق تناسبٍ محسوبٍ بين الأجزاءِ المكونةِ لكل واحدٍ منها، كما في الريبورتاج الذي تناول (دور الأمان في باكستان) المذاع بتاريخ (2010/2/15).

وظهرَ تنوع في القوالب التي استخدمها صحفيو الإذاعة لريبورتاجاتهم، فإختيار أيّ قالب (حسب رأي إحدى صحفيات الإذاعة) يعتمد على نوع الموضوع وتوافر المؤثرات والأجواء العامة، كما أن طريقة تركيب الريبورتاج تعد جزءاً أساساً من كل شيء له علاقة بالتحرير[1]. وقد جاء الوصف في طليعة الأساليب التي استخدمها محررو الريبورتاجات في الإذاعة، سواء في قالب الهرم المعتدل المبني على الوصف التفصيلي، كما في الريبورتاج الذي تناول (احتفال مصر بعيد الموسيقى) المذاع بتاريخ (2010/6/24)، أم قالب الوصف، كما في الريبورتاج الذي تناول (أجواء رمضان في باكستان) المذاع بتاريخ (2009/8/25). ومعروف أن قالب الهرم المعتدل المبني على الوصف التفصيلي يصلح لكتابة الريبورتاجات الإذاعية التي تدور حول الرحلات أو المسابقات الرياضية أو المناقشات البرلمانية أو الاحتفالات والمهرجانات أو الاجتماعات والندوات الانتخابية، وهو ما ظهر في الريبورتاجات التي استخدمت هذا القالب في بنائها، مثل ريبورتاج (مهرجان أبو ظبي للثقافة والتراث) المذاع بتاريخ (2010/1/21). وكذلك الحال مع قالب الوصف الذي يصلح لتقديم ريبورتاجات تتناول الاكتشافات العلمية أو الأثرية أو الرحلات، كما في الريبورتاج الذي تناول (الآثار البحرينية) المذاع بتاريخ (2009/10/15). وتقول إحدى صحفيات الإذاعة (إنني استخدم غالباً قالب الوصف في الريبورتاجات التي أعدها لكي يعرف المستمع ماذا أرى أنا)[2]، وبالفعل فقد قدمت هذه الصحفية ريبورتاجاتٍ عدَّة اعتمدت هذا القالب، مثل ريبورتاج

(معرض المسنين في باريس) المذاع بتاريخ (2010/5/10)، إذ تصف أجواء المعرض ومحتوياته كما تشاهدها هي، فتقول (جمعيات ومؤسسات تعنى بحقوق وصحة المتقاعدين.. شركات مُصَنِّعَة لأدواتٍ تُسهّل حياتهم اليومية وتساعدهم على مواجهة الشيخوخة.. كلها حضرت في معرض المسنين بباريس، إلى جانب وكالات سفرٍ تعرضُ صوراً لمناظر خلاّبة في جزرٍ بعيدةٍ أو في فرنسا).

واستخدم أسلوب العرض بالدرجة الثانية بعد الوصف، فالتزم صحفيو الإذاعة قالب الهرم المعتدل المبني على العرض الموضوعي، وكذلك قالب العرض، في عدد من ريبورتاجاتهم، فالريبورتاج الذي عالج (الرشوة والفساد في مصر) المذاع بتاريخ (2009/10/30) عَرَضَ القضيَّةَ بصورةٍ موضوعيةٍ، وأخذت المقدمة شكل التلخيص السريع لجميع زواياها، وعرض تساؤلات حولها، ثم كانت الإجابة من خلال عرض المعلومات والوقائع والبيانات التي حصل عليها المحرر في جسم الريبورتاج، وتولَّتْ الخاتمة تقديم خلاصة النتائج التي توصل إليها المحرر، ما يجعل هذا الريبورتاج منضوياً تحت قالب الهرم المعتدل المبني على العرض الموضوعي. وكذلك الحال فيما يتعلق بالريبورتاج الذي تناول (العلمانية في تركيا) المذاع بتاريخ (2010/5/17)، والذي عرض الفكرة الرئيسة ثم الوقائع والمعلومات والحقائق المتصلة بها، تبعتها آراء المؤيدين لها ثم آراء المعارضين لها، وصولاً إلى النتائج المستخلصة من ذلك، ما يجسد استخدام قالب العرض بالفعل.

ثم جاء قالب لُبّ الموضوع بعد ذلك والذي استخدم في نسبةٍ أقل من الريبورتاجات، فكان الريبورتاج الذي تناول (قيام "إسرائيل" بسحب هويات فلسطينيي القدس) المذاع بتاريخ (2009/12/4) مُجَسِّدَاً لهذا القالب بالفعل، إذ طرحَ لُبّ الموضوع في المقدمة ثم انتقل للتعامل مع الحقائق الأخرى ليكشف عن الجوانب المختلفة لجوهره، وهذا القالب يتطلب مهارة رفيعة من المحرر، وذلك ما تجسَّدَ في هذا الريبورتاج الذي أعدَّتهُ وقدَّمتهُ واحدة من أقدم الصحفيات في الإذاعة وهي الصحفية الفلسطينية شروق أسعد.

أما القالب السردي فجاء بعد قالب لُبّ الموضوع بفارقٍ ضئيلٍ، وتمثَّلَ في عددٍ من الريبورتاجات مثل الريبورتاج الذي تناول (مناجم الملح في باكستان) المذاع بتاريخ (2009/9/16) بطريقةٍ تتبع التسلسل الحدثي مورداً الأحداث والحقائق على وفق

تسلسلها الزمني، إذ يبدأ الريبورتاج بصوت مُقَدِّمِهِ قائلاً (بَدَأَ العَمَلُ في إسْتِخْراجِ المِلْحِ الذي يُعَدّ مِن النَّوعيّاتِ عاليةِ الجَّودَةِ مِنْ هذهِ الجبالِ مُروراً بالإستِعمارِ البريطاني الذي أوكَلَ مُهِمَّةِ التنقيبِ في مَناجِمِ المِلْحِ إلى نَحو 14 عائلة تعملُ في هذهِ المناجم حتّى زمننا هذا....)، ثم يُورِدُ حديثاً مُتَرجَماً لإحدى الشخصيات ذات العلاقة بالموضوع والتي تقول (مُنْذُ عهد الإسكندر المقدوني إلى يومنا هذا يقُومُ نحو 1700 عامل بالتنقيب واستخراج آلاف الأطنانِ مِنَ المِلْحِ.... ومع مضي السنين بَرَزَ اهتمامُ الحُكُومةِ بهذا المنجم....)، ويسترسلُ المذيع بعد ذلك ليذكر أن هذا المنجم تحوَّل إلى مَعْلَمٍ سياحي للزوار... وهذه الطريقة في الإعداد تنضوي تحت قالب الأسلوب السردي.

وجاء بعد ذلك الأسلوب القصصي، سواء في قالب القصة أم قالب الهرم المعتدل المبني على السرد القصصي، فقالب القصة تَمثَّلَ في عدة ريبورتاجات جرى إعدادها بطريقة مشابهة لأسلوب كتابة القصة، ففي الريبورتاج الذي تناول (موسم الزيتون في فلسطين) المذاع بتاريخ (2009/10/28) تحدث المُقدِّم عن قصة المعصرة التي يتجمع حولها الأطفال بانتظار العصير، مبتدئاً بخروج الرجال والنساء صباحاً إلى المعصرة وقضاء اليوم في هذا العمل مع وصفٍ لتفاصيله، وصولاً إلى انتهاء العملية باستخراج عصير الزيتون في نهاية اليوم. وكذلك فيما يتعلق بقالب الهرم المعتدل المبني على السرد القصصي، إذ إنَّ الريبورتاج الذي تناول (معرض عن القيروان في باريس) المذاع بتاريخ (2009/12/15) ابتدأ بقصة مدينة القيروان ثم تناول قصة المعرض وكيف بدأت فكرة إقامته، وكانت أحاديث القائمين عليه تتناول تلك القصة التي قدمها الريبورتاج بأسلوبٍ يتطابق مع القالب المذكور.

وجاء قالب التفاصيل المبعثرة في المركز الأخير، إذ يعد من القوالب التي بدأ استخدامها حديثاً، فإذا أخذنا الريبورتاج الذي تناول (حديقة الحيوانات في قلقيلية) المذاع بتاريخ (2009/10/1) نلاحظ أنَّ المعلومات والحقائق تبدو كأنها غير مترابطة، ولكنها بالنتيجة النهائية تعطي انطباعاً للمستمع بأنها تعبر عن علاقات منطقية بين تلك المعلومات والحقائق التي ذكرت في الريبورتاج، ما يجعل هذا الريبورتاج متوافقاً مع قالب التفاصيل المبعثرة.

ثانياً: مدخل الريبورتاج

تشير الصحفية ميشا خليل إلى أنَّ المدخل هو أصعب ما في الريبورتاج، فإذا ما جرى اختياره بصورة صحيحة، يكون اختيار باقي الأجزاء أسهل، لأن المدخل هو الذي يجذب اهتمام المستمع ويجعله يستمر بالاستماع إلى آخر الريبورتاج. وتضيف صحفية أخرى قائلة (أحاول أن اجعل من المدخل عنواناً لكل الريبورتاج وألفت انتباه المستمع ليبقى معي ويستمع له حتى النهاية)[3].

وقد لا يكون صوت المذيع في مدخل الريبورتاج أكثر جاذبيةً للمستمع من باقي الخيارات، ولكن على الرغم من ذلك جاء في المرتبة الأولى ولكن بنسبة لم تصل حتى إلى ما يقرب النصف، فكانت تلك الريبورتاجات تبدو ذات مدخل تقليدي، مثل الريبورتاج الذي تناول (محاكمة السودانية لبنى حسين) المذاع بتاريخ (2009/9/8)، وكان أغلبها خالياً من المؤثرات الصوتية أو الموسيقى في أجزائها جميعها، مثل الريبورتاج الذي تناول (الأمثال الشعبية في مصر) المذاع بتاريخ (2010/3/26)، لكن بعض الريبورتاجات إحتوت على مؤثرات صوتية ضمن فقراتها، وعلى الرغم من ذلك جاء المدخل بصوت المذيع، مثل الريبورتاج الذي تناول (معرض كونتام أرابيا في بيروت) المذاع بتاريخ (2010/3/23). كما أن جميع الريبورتاجات التي جرى بثها عبر الهاتف كان مدخلها هو صوت مذيع الريبورتاج، مثل الريبورتاج الذي تناول (ظاهرة حليقي الرؤوس في روسيا) المذاع بتاريخ (2010/1/11)، ويأتي ذلك لعدم وجود مقاطع موسيقية أو مؤثرات فيها أصلاً، وضعف نقاء أصوات الضيوف المتحدثين عبر الهاتف، ما جعلها غير مناسبة لتكون مدخلاً لجذب المستمع.

أما الريبورتاجات التي استخدمت مؤثرات صوتية من موقع الحدث، فقد كانت الأعلى نسبة بين تلك التي احتوت على مدخل غير تقليدي متمثل بصوت المذيع، إذ احتوت على أصواتٍ بَدَتْ مثيرة لشهية المتلقي لإكمال الاستماع إلى الريبورتاج حتى نهايته، فنلاحظ مثلاً أنَّ الريبورتاج الذي تناول (السجون في بلجيكا) المذاع بتاريخ (2010/2/16) بدأ بمدخل يمثل أصوات غناء لمجموعة من الرجال تبعه تعليق بصوت المذيع يبين أن هذه الأصوات هي لسجناء بلجيكيين فرحين بمغادرتهم سجنهم الحالي إلى سجن جديد في هولندا، ما يجعل المستمع يتساءل عن هذا الأمر الغريب، إذ كيف ينتقل السجين فرحاً إلى سجنٍ في دولةٍ أخرى، وهكذا يتتبع الريبورتاج ليصل

في النهاية إلى حقيقة أنَّ بلجيكا تعاني من إكتضاض سجونها ما جعلها تقوم باستئجار سجونٍ في داخل أراضي جارتها هولندا.

أما الموسيقى التي استخدمت مدخلاً للريبورتاجات فكانت بنسبة أقل من المؤثرات الصوتية الطبيعية، إذ مثَّلتْ في الأغلب المجتمع الذي تنبع منه القضية أو الموضوع، أو أضفت طابعاً معبراً عن البلد الذي جرت معالجة موضوع من داخله، ففي الريبورتاج الذي عالج (أجواء الأزمة الاقتصادية في دبي) المذاع بتاريخ (2009/12/4) كان المدخل أغنية خليجية تتغنى بمدينة دبي الإماراتية، ما يشيع جواً خليجياً يجعل المستمع يشعر كأنه وسط مدينة دبي.

وجاءت المؤثرات الصوتية الموضوعة كمدخلٍ للريبورتاج بمرتبةٍ أقلّ لتمارس دورها في شد المتلقي إلى الموضوع، إذ كانت أصوات المعاول التي تضرب الصخر مدخلاً مناسباً للريبورتاج الذي تناول (البحث عن الذهب في السودان) المذاع بتاريخ (2010/3/1).

وجاء حديث الضيف ليمثل مدخلاً لبعض الريبورتاجات، وكان اختيار الحديث دقيقاً في معظمها، إذ جرى اختيار جملة مركزة ذات دلالات مشوقة لا تخلو من الإثارة لتعطي إشارة للمستمع بأهمية الموضوع، فالريبورتاج الذي تناول (الانتخابات في تونس) المذاع بتاريخ (2009/10/22) إبتدأ بصوت سائق سيارة الأجرة الذي تحدَّثَ إلى مُعِدَّةِ الريبورتاج وهو يقولُ بلهجةٍ تونسيةٍ (أنا مهتم بنفسي وعملي وأحب كرة القدم ولا اعرف شيئاً عن الانتخابات)، ما يعطي انطباعاً بعدم اهتمام الناس هناك بما يجري من انتخابات رئاسية، ويجعل المتلقي متلهفاً لإكمال الاستماع للريبورتاج.

ثالثاً: مقدمة الريبورتاج

اتسمت أغلب مقدمات الريبورتاجات التي بثتها الإذاعة بالجاذبية ولفت انتباه المستمع، وهذا ما اتضح في أغلب الريبورتاجات التي قدمتها الإذاعة، في حين كانت المقدمة تقليدية بنسبة أقلّ بكثير، ما تشير إلى نسبة الاهتمام العالية التي يوليها محررو الإذاعة لصياغة مقدمات ريبورتاجاتهم، ففي الريبورتاج الذي تناول (قرية أبو رواش المصرية) المذاع بتاريخ (2010/2/23) كانت المقدمة مُصاغة بطريقةٍ مميزة تجذب انتباه المستمع، إذ يقول المذيع فيها (عندما تدخل قرية أبو رواش التي تبعد ستة كيلومترات

عن أهرامات الجيزة جنوبي القاهرة، يجبُ أنْ تحتاط وتأخذ حذرك خوفاً من لسعة أفعى أو لدغة عقرب، فهذه القرية التي يسكنها ما يقرب من خمسة آلاف نسمة، تخصصت في صيد الأفاعي والزواحف وتربيتها، ومن المألوف أن ترى في هذه القرية مثلاً عائلة تعيش مع ثعابين يلهو معها الأطفال وكأنهم يداعبون عصفوراً أو طائراً مستأنساً). في حين يلاحظ أن مقدمة ريبورتاج آخر كانت مصاغة بصورة تقليدية، مثل الريبورتاج الذي تناول (نجاح المسلسلات التركية في العالم العربي) المذاع بتاريخ (2010/5/6)، إذ يقول المذيع فيها (الأعمال التركية المدبلجة باللهجة السورية بدأت بتنفيذها شركات الإنتاج الفني في سوريا، لتصبح ظاهرة فنية على شاشات التلفاز العربية)، ثم يدخل مباشرةً إلى مقابلة أجراها مع شخصية ذات علاقة بالموضوع.

وقد حرص القائمون بالريبورتاجات على تضمين مقدماتها معلومات محددة، ومعالجة مواضيع جديدة أو زوايا جديدة لأخرى قديمة أو أقل حداثة، بغية تزويد المستمع بمعلوماتٍ تدفعه لمتابعتها، فالريبورتاج الذي عالج موضوع (العودة المدرسية في فرنسا) المذاع بتاريخ (2009/9/4) أورَدَ معلومةً في مُقدمتهِ وهي عودة الدوام في المدارس الفرنسية بعد توقفٍ دام لعدة أيامٍ إثر تفشي وباء أنفلونزا الخنازير. أما تلك التي لم تتضمن مقدماتها معلومات أو وقائع فكانت نسبتها قليلة، كما هو الحال في الريبورتاج الذي تناول (آمال سكان غزة) المذاع بتاريخ (2009/8/13) إذ لم تتضمن مقدمته أية معلومات ولا وقائع محددة.

وظهرت هنا قدرة محرري إذاعة مونت كارلو الدولية على إعداد وتركيب أجزاء الريبورتاج بصورةٍ مناسبةٍ، إذ كانت المقدمة ملائمة للموضوع في الريبورتاجات جميعها مثل الريبورتاج الذي تناول (معرض بيروت الدولي لليخوت) المذاع بتاريخ (2010/5/25).

والتزم معدو الريبورتاج في الإذاعة بقواعد بناء الريبورتاج ومنها أن تكون المقدمة قصيرة ومركزة ويتناسب حجمها طردياً مع حجم جسم الريبورتاج ومدة بثه الزمنية، فكان طول المقدمة ملائماً لطول البرنامج في جميع الريبورتاجات، مثل الريبورتاج الذي تناول (المهرجان الدولي الوحيد في فلسطين) المذاع بتاريخ (2010/4/19).

رابعاً: أنواع المقدمات المستخدمة

اعتمدت ريبورتاجات الإذاعة بنسبة تتجاوز النصف على المقدمة الوصفية، ففي الريبورتاج الذي تناول (فن الأراجوز في مصر) المذاع بتاريخ (2010/5/17) أعطى المذيع وصفاً للأراجوز بقوله (في عرض الأراجوز يختبئ الفنان داخل صندوقٍ خشبي بحيث لا يرى الجمهور سوى ما يسمى العروسة التي يحركها ويتكلم على لسانها بأصواتٍ مختلفةٍ، وذلك بهدف تسلية المشاهدين عبر أدواته البسيطة).

وجاء استخدام المقدمة الإخبارية بالدرجة الثانية، فالريبورتاج الذي تناول (شركات الأمن الخاصة في باكستان) المذاع بتاريخ (2010/5/19) جاء في مقدمته (المئات من شركات الأمن الخاصة بدأت بالظهور على الساحة الباكستانية كمصدرٍ لجني المال والأرباح الطائلة، نظراً لزيادة الطلب على خدمات الأمن والحماية في بلدٍ يعيش ظروفاً غير آمنة منذ سنواتٍ عدَّة).

أما فيما يتعلق بالمقدمة الاقتباسية، فيمكن ملاحظتها في مقدمة الريبورتاج الذي تناول (مسرحية الحبل السري) المذاع بتاريخ (2010/3/18)، إذ تبدأ بصوتٍ لأحد الممثلين وهو يصيح (إصحوا يا عالم.. إصحوا يا بشر)، ثم يخفت صوته تدريجياً ليبرز صوت مذيعة الريبورتاج التي تبدأ كلامها بالقول (بهذه العبارة افتتح عرض مسرحية الحبل السري في غزة وبقالبٍ كوميدي ساخر...).

كما يمكن ملاحظة المقدمة التاريخية في الريبورتاج الذي تناول (ظاهرة الاستشراق) المذاع بتاريخ (2010/6/7)، إذ تبدأ بالقول (على الرغم من اختلاف المؤرخين في تحديد تاريخ معين لنشأة الاستشراق كتيارٍ فكري، إلاّ أنَّ هناك اتفاقاً بينهم على أنَّ هذا التيار تعمق وتوسع بشدة مع النهضة الصناعية والعلمية في أوربا، ومع الحركة الاستعمارية الأوربية التي غزت المشرق بأكمله).

أما المقدمة التساؤلية فتتجسد في ريبورتاجات عدة، منها الريبورتاج الذي تناول (إمكانية بقاء السودان موحداً) المذاع بتاريخ (2010/1/18)، إذ تبدأ المقدمة بسؤال (هل سيبقى السودان موحداً أم سينزلق نحو الانفصال؟).

أما مقدمة قصة إعداد الريبورتاج فيمكن ملاحظتها في الريبورتاج الذي تناول (عيد الميلاد في بيت لحم) المذاع بتاريخ (2009/12/21)، إذ تبدأ مقدمته بالقول

(مساءً عند مدخل بيت لحم انتظرتُ طويلاً.. الجنود عند الحاجز العسكري "الإسرائيلي" يكثفون من تفتيشهم وأسئلتهم.. الجو بارد جداً.. كثيرون بالانتظار في سياراتهم أو في طابورٍ طويل.. عبرنا الحاجز ومررنا قرب الجدار الأسمنتي الشاهق الذي يطوق بيت لحم، لكن حالما اجتزناه بدأنا نرى الزينة والإضاءات الملونة في بيت لحم.. وصلنا إلى ساحة كنيسة المهد أخيراً).

خامساً: خاتمة الريبورتاج

تضمنت خاتمة الريبورتاج تلخيصاً موجزاً بنسبة تجاوزت النصف، مثل الريبورتاج الذي تناول (الانتخابات السودانية) المذاع بتاريخ (2010/4/9)، إذ جاء في خاتمته (حيرة لدى جمهور واسع من الناخبين وامتعاض من البعض وقبول من الآخر لمواقف أحزاب المعارضة، كل ذلك عشية الانتخابات الرئاسية والبرلمانية السودانية)، ما يشكل تلخيصاً لما جاء في الريبورتاج.

وتضمنت بعض الريبورتاجات خاتمة وجهت رسالة إلى الجهة المعنية، إذ أن خاتمة الريبورتاج الذي تناول (أطباء الشوارع في باكستان) المذاع بتاريخ (2010/1/27) تضمنت توجيه رسالة إلى الجهات الصحية في الحكومة الباكستانية لمنع مُدَّعي الطب من مزاولة نشاطاتهم بين الناس، وجاء فيها (الأطباء المتخصصون يحمّلون الحكومة مسؤولية السماح لهؤلاء بمزاولة مهنة الطب وما يسببونه من نشر أمراض خطيرة في المجتمع لاستخدامهم أدوات طبية تفتقر إلى الحد الأدنى من التعقيم، إضافة إلى أدوية وعقاقير منتهية الصلاحية).

في حين تضمنت خاتمة بعضهم الآخر استنباط معانٍ معينة، فإذا استمعنا إلى خاتمة الريبورتاج الذي تناول (سوق الذهب في دبي) المذاع بتاريخ (2010/4/23) نجد أنها تضمنت استنباطاً لمعانٍ محددةٍ عن هذا السوق، فمذيعة الريبورتاج تقول في خاتمته (إذن.. الأزمة المالية وارتفاع الأسعار واشتداد المنافسة، عوامل تسببت في الركود الذي يشهده سوق الذهب في دبي، لكنها لم تتمكن من سرقة بريقه الأخّاذ والذي يلمع في عيون كلّ من زاره).

وتضمنت خاتمة نسبة قليلة فقط من الريبورتاجات تقديم حلولٍ ومعالجاتٍ،

ويمكن تلمّس ذلك من خلال الاستماع إلى الريبورتاج الذي تناول (أزمة الدراما المصرية) المذاع بتاريخ (2010/3/29)، إذ يقول المذيع في خاتمته (الاهتمام بالقضايا الحيوية للمجتمع، وعدم التكرار، وتفضيل الكيف على حساب الكم، هي عوامل الإنقاذ للدراما التلفزيونية المصرية، وعلى أمل التغيير قبل موعد الاختبار في رمضان القادم)، مُقدِّماً بذلك معالجاتٍ مقترحة لحل أزمة الدراما المصرية.

سادساً: نهاية الريبورتاج

يلقى المسمع الأخير من الريبورتاج والذي يمكن تسميته نهاية الريبورتاج، إهتماماً من صحفيي الإذاعة، نظراً لأنه آخر ما يسمعه المتلقي، ما يجعله مستقراً في الذهن لمدة طويلة، لذا يحرص القائمون على الريبورتاج في الإذاعة على اختيار الثواني الأخيرة منه بعناية وتضمينها الأفكار أو المعلومات التي يسعون لاستقرارها في ذهن الجمهور.

ويلاحظ من النتائج أنَّ أغلب الريبورتاجات التي انتهت بصوت المذيع كانت تحمل فكرة قوية في فقرتها الأخيرة، كما في نهاية الريبورتاج الذي تناول (فيلم أفاتار في فلسطين) المذاع بتاريخ (2010/3/11)، إذ كانت آخر فقرة في نهايته تقول (إنَّ تشبيه الفلسطينيين لأنفسهم بسكان الكوكب الذي تعرض للغزو يختصر الكثير من الشرح لمن لا يعرف عن قضيتهم الكثير). كما أنَّ جميع الريبورتاجات التي جرى بثها عبر الهاتف كانت نهايتها بصوت المذيع، كما في الريبورتاج الذي تناول (صناعة الحلويات الفلسطينية) المذاع بتاريخ (2009/9/7)، وذلك لعدم احتوائها أصلاً على مؤثرات صوتية أو موسيقى، وضعف نقاء أصوات ضيوف الريبورتاج كونها تبث عبر الهاتف، ما يضعف قدرتها على ترسيخ الفكرة أو المعنى المطلوب في ذهن المتلقي إذا ما وضعت في نهاية الريبورتاج وكانت آخر ما يسمعه الجمهور.

أما الريبورتاجات التي تضمنت نهايتها موسيقى فكان أغلبها يتناول أحداثاً ثقافية وفنية ومهرجانات، مثل ريبورتاج (مهرجان التنوع الثقافي في باريس) المذاع بتاريخ (2010/5/20).

في حين أن الريبورتاجات التي انتهت بأصوات طبيعية خلفية من موقع الحدث، أعطت توضيحاً للحدث أو أضفت عليه الواقعية، مثل الريبورتاج الذي تناول

(مسلسل فريج للرسوم المتحركة في الإمارات) المذاع بتاريخ (2010/4/29)، والذي كانت نهايته تمثل صوتاً مميزاً من المسلسل الكارتوني الشهير.

وجاءت المؤثرات الصوتية الموضوعة في نهاية الريبورتاجات لترسخ فكرة الريبورتاج وتضفي الواقعية عليه، فأصوات ضرب الساطور عند تقطيع اللحم والسلاسل التي تُعَلَّقُ بها قطع اللحوم ممزوجة بأصوات الجو العام، جاءت في نهاية الريبورتاج الذي تناول (المأكولات الحلال في فرنسا) المذاع بتاريخ (2009/9/2)، ما جعل المتلقي يتخيل مشهد محل لبيع اللحوم.

أما حديث الضيف فقد جاء في عددٍ قليلٍ من نهايات الريبورتاجات، وقد تضمنت تلك النهايات جملة تحمل فكرة قوية يراد إيصالها عبر الريبورتاج، ففي الريبورتاج الذي عالج موضوع (الأموال في المهرجانات العربية) المذاع بتاريخ (2009/11/20) كانت آخر جملة قالها أحد المتحدثين (المهم عندي الأفلام وليس النجوم)، ويُفهم من سياق ذلك الريبورتاج أنَّ المتحدث كان يقصد أنَّ نجاح الأفلام العربية أهم من وجود نجوم هوليود في المهرجانات العربية لقاء دفع الأموال لهم.

سابعاً: لغة الريبورتاج

اهتمت إذاعة مونت كارلو الدولية بالقضايا العربية بنسبة أكبر من سواها، من حيث أنها موجهة للجمهور العربي وتخاطبهم بلغتهم ولهجاتهم المحلية لتشعرهم أنها أكثر قرباً منهم، وقد سعت الإذاعة في السنوات الأخيرة إلى إغناء لغتها المستخدمة بأنواع اللهجات العربية المحلية عن طريق توظيف أصوات من البلدان العربية المختلفة تمثل خليطاً من اللهجات، ما أدى إلى إبراز حالة تبادل اللهجات العربية المتنوعة في برامجها[4]، غير أنَّ هذه اللهجات لم تكن طاغية على اللغة الفصيحة، بل كانت تمثل أصوات المتحدثين في المقابلات ضمن الريبورتاجات، أما لغة مقدمي الريبورتاج فكانت جميعها عربية فصيحة. بالمقابل فإنَّ لهذه المستويات اللغوية جانبان: أولهما يزيد من فاعلية وحيوية الريبورتاجات لتغدو أكثر وضوحاً للمستمعين باستخدامها للهجات، وبالتالي إمكانية إحداث التأثير المطلوب، وثانيهما ذو تأثيرٍ سلبي من زاوية تأثير استخدام اللهجات العامية على اللغة الفصيحة.

لقد استخدمت اللغة المختلطة، أي (اللغة العربية الفصيحة مع اللهجات العربية المحلية التي تشمل اللهجة المصرية والشامية والخليجية والمغاربية وغيرها) بصورة أكبر من اللغة العربية الفصيحة، ففي الريبورتاج الذي تناول (مشكلة مياه الشرب في الخرطوم) المذاع بتاريخ (2009/8/7) جرى توظيف لغة مختلطة، بينما استخدمت اللغة العربية الفصيحة بصورة أقل منها كما في الريبورتاج الذي تناول (تظاهرة ديو المسرحية في باريس) المُذاع بتاريخ (2010/2/23). ويلاحظ أنَّ الريبورتاجات جميعها التي استخدمت اللغة المختلطة عالجت موضوعات من داخل الوطن العربي، كما في الريبورتاج الذي تناول موضوع (حرب تكسير الأرقام بين لبنان و"إسرائيل") المذاع بتاريخ (2010/3/17)، أو تناولت نشاطات عربية في دولٍ أجنبية، كما في الريبورتاج الذي تناول (اليوم العالمي للثقافة العربية في باريس) المذاع بتاريخ (2010/6/8)، أو عالجت قضايا في دولٍ أجنبية لها علاقة بالعرب أو بالمسلمين، كما في الريبورتاج الذي تناول قضية (المأكولات الحلال في فرنسا) المُذاع بتاريخ (2009/9/2). كما أنَّ جميع الريبورتاجات التي استخدمت اللغة العربية الفصيحة كانت تعالج مواضيع دولية غير عربية وليس فيها أي متحدث عربي، بل كان المتحدثون في المقابلات يتكلمون لغاتٍ أجنبيةٍ يجري ترجمتها بأصوات المذيعين العرب، وكان صوت مقدم الريبورتاج باللغة العربية الفصيحة، كما في الريبورتاج الذي تناول (افتتاح أصغر متحف للجزر في العالم) المُذاع بتاريخ (2010/4/19)، إذ كان موقعه في بلجيكا وكان المتحدثون جميعهم في المقابلات من البلجيكيين، وجرى ترجمة أحاديثهم إلى العربية الفصيحة.

ثامناً: أسلوب الريبورتاج

استخدمت الإذاعة أسلوباً واضحاً وبسيطاً يمكن ملاحظته في غالبية ريبورتاجاتها كما في الريبورتاج الذي تناول (قضية دارفور) المُذاع بتاريخ (2009/7/9). في حين لم تستخدم الأسلوب النخبوي إلاّ بنسبة محدودة فقط، كما في الريبورتاج الذي تناول (ملتقى أدب الشباب في رام الله) المُذاع بتاريخ (2010/5/19). ويؤشِّرُ ذلكَ أنَّ إذاعة مونت كارلو تخاطب جمهورها بأسلوبٍ بسيطٍ وواضح لتكون أكثر قرباً من المستمع، ولكي تضمن استماع معظم شرائح الجمهور، إذ أنها تتبع في غالبية ريبورتاجاتها ذلك

الأسلوب البسيط الذي يفهمه مختلف المتلقين، حتى في كثيرٍ من الريبورتاجات التي تعالج قضايا أدبية وثقافية، مثل الريبورتاج الذي تناول (أمسية ثقافية عن محمود درويش) المُذاع بتاريخ (2009/10/12)، والذي من المفترض أن يتوجه إلى النخبة المثقفة من الجمهور، ولكنه استخدم الأسلوب البسيط ليخاطب الشرائح كلها ولا يقتصر على النخبة فقط، ويبدو أنَّ القائمين على الريبورتاج في الإذاعة يحاولون في الغالبِ استخدام الأسلوب الذي يجعلهم أقرب إلى المستمع، فمن الضروري أن يحمل الأسلوب الإذاعي في مدلوله أكبر قدرٍ من الوضوح والدقة والتأثير.

أما من حيث تركيب الفقرات فقد استخدمت غالبية الريبورتاجات الفقرة القصيرة (المتكونة من جملة واحدة إلى ثلاث جمل)، كما في الريبورتاج الذي تناول (الاحتفالات في ألمانيا بذكرى سقوط جدار برلين) المُذاع بتاريخ (2009/11/9). في حين لم تستخدم الفقرة المتوسطة (المتكونة من ثلاث جمل وأقل من خمسة) إلاّ بنسبةٍ قليلةٍ، إذ يمكن ملاحظة ذلك في الريبورتاج الذي تناول (هموم الصحافة المصرية ورهاناتها) المذاع بتاريخ (2010/5/3). أما الفقرة الطويلة (المتكونة من خمس جملٍ فأكثر) فقد كان استخدامها أقلّ بكثير إذ لم نلحظ ذلك إلا في نسبة قليلة جداً من الريبورتاجات كما في الريبورتاج الذي تناول (السوق العقارية في مصر) المذاع بتاريخ (2010/7/28).

ويتوافق ذلك مع أهم سمات اللغة الإذاعية التي تقتضي استخدام الألفاظ البسيطة والجمل القصيرة والكلمات المألوفة، لتكون الجملة بسيطة التركيب، سلسة، مترابطة العبارات، ما يتطلب استبدال الفقرة الطويلة بواحدة قصيرة، والغامضة بأخرى واضحة.

ويلاحظ أنَّ معظم الريبورتاجات التي استخدمت الفقرات الطويلة أو المتوسطة كانت من داخل مصر، ويحررها صحفيون مصريون، كما في الريبورتاج الذي تناول (مؤتمر المهاجرين المصريين) المذاع بتاريخ (2009/8/14)، وقد يكون لذلك علاقة بما يُشاع عن أنَّ المصريين يميلون إلى الإطالة في الكلام والتفاصيل أكثر من غيرهم، ما يجسد حبهم للمعرفة الدقيقة لتفاصيل الأمور.

أما من ناحية دقة المعنى فقد استخدمت الإذاعة في أغلب ريبورتاجاتها أسلوباً دالاً على المعنى، كما في الريبورتاج الذي تناول (سوق الذهب في دبي) المذاع بتاريخ

(2010/4/23). بينما استخدم الأسلوب الإنشائي بنسبة أقل، إذ يمكن ملاحظته في الريبورتاج الذي تناول (سهرة رمضانية في باريس) المذاع بتاريخ (2009/9/9).

ويؤشر ذلك ميل الإذاعة إلى استخدام الأسلوب المباشر الدال على المعنى، فالأسلوب الإذاعي التعبيري هو الذي يجتمع الناس على فهمه ومحاكاته حين يتكلمون أو يكتبون.

تاسعاً: سمات الريبورتاج

أ. من حيث الفاعلية:

اتسمت أغلب الريبورتاجات التي بثتها الإذاعة بالحيوية، وتشيرُ رامتان عوايطية إلى أنَّ الحيوية تتحقق بالتفاهم مع كل موضوع، فكل موضوع لا يشبه الآخر، ويحمل كلّ منها جوَّهُ معه، كما تتحقق هذه السمة أيضاً بالابتعاد عن الكلاسيكية، والتركيز على جوانب غير معروفة لمعظم المستمعين، لجعل المتلقي يتساءل عن أشياء معينة فيه، فضلاً عن اختيار المؤثرات والموسيقى النابعة من المجتمع الذي يتعلق به الموضوع. ويلاحظ أنَّ معظم الريبورتاجات التي قدمتها هذه الصحفية كانت تحمل صفة الحيوية، مثل الريبورتاج الذي تناول (إنتهاء الحملة الانتخابية في تونس) المذاع بتاريخ (2009/10/26). في حين أنَّ معظم الريبورتاجات التي افتقرت للحيوية كانت خالية من الموسيقى والمؤثرات، لا سيما تلك المبثوثة عن طريق الهاتف، مثل الريبورتاج الذي تناول (العلاقة بين تركيا وأرمينيا) المذاع بتاريخ (2009/10/8)، غير أنَّ ذلك لا ينفي وجود بعض الريبورتاجات المبثوثة بالطريقة نفسها كانت مُعدَّة بصورة احترافية جعلتها تتسم بالحيوية، مثل الريبورتاج الذي تناول (القيود المفروضة على سفر الفلسطينيين) المذاع بتاريخ (2009/10/6)، فضلاً عن بعض الريبورتاجات الخالية من المؤثرات والموسيقى والتي حملت هي الأخرى سمة الحيوية، مثل ريبورتاج (محاكمة الشاب مامي) المذاع بتاريخ (2009/7/3). ويلاحظ أن اغلب الريبورتاجات التي حملت صفة الحيوية كانت تحتوي على مؤثرات صوتية وموسيقى أو إحداهما، فضلاً عن عناصر ناجحة أخرى، كالإعداد الجيد والصوت المجسم وحسن الإلقاء واختيار الضيوف وغيرها، كالريبورتاج الذي تناول (أسبوع فرنسا في لبنان) المذاع بتاريخ (2010/3/25).

ب. من حيث وحدة الموضوع:

التزمت أغلب ريبورتاجات الإذاعة بوحدة الموضوع، إذ تحقق ذلك بنسبة عالية، كما في الريبورتاج الذي تناول (الأطفال الفقراء في باكستان) المذاع بتاريخ (2010/1/20) والذي التزم معالجة فكرة رئيسة واحدة تتعلق بالأطفال الذين يعانون الفقر في باكستان ويعملون لإعالة عوائلهم.

أما الريبورتاجات التي كانت تحتوي على أكثر من فكرة فكانت نسبتها قليلة، مثل الريبورتاج الذي تناول (التعاون الثقافي بين فرنسا والإمارات) المذاع بتاريخ (2010/4/26)، إذ تناول أكثر من فكرة، منها افتتاح فرع لجامعة السوربون وكذلك لمتحف اللوفر في أبو ظبي، وقضية المواجهة الثقافية بين فرنسا وانكلترا في الوطن العربي، وموضوع نقل الأعمال الفنية من فرنسا إلى الإمارات، وصعوبات دراسة الطلبة العرب في الجامعات الأوربية، وكذلك مميزات الدراسة في جامعة السوربون الفرنسية في الإمارات، كلّ تلك الأفكار وغيرها كانت متضمنة في هذا الريبورتاج، ما جعله غير ملتزم بوحدة الموضوع كونه احتوى على أكثر من فكرة.

وبدا أنَّ أغلب الريبورتاجات التي احتوت على أكثر من فكرة كانت تعالج مواضيع من بيئات ساخنة أو متأزمة، ما يجعل اغلب تلك المواضيع متشعبة التأثير والتأثر ومتداخلة مع جوانب أخرى، كتناول مواضيع من فلسطين مثلاً، إذ يتجسد ذلك في ريبورتاجات عدة منها الريبورتاج الذي تناول (معاناة أهالي القدس من العبور إلى الضفة الغربية) المذاع بتاريخ (2010/4/16) والذي عالج صعوبة مرور الفلسطينيين عبر معبر قلنديا، وتضمن أفكاراً أخرى كالاحتلال "الإسرائيلي" لفلسطين والجدار العازل والمعاناة الاقتصادية والمرضى الفلسطينيين وغيرها، ما جعله غير ملتزم بوحدة الفكرة بل تعدّى ذلك إلى أكثر من فكرة.

وبما أنَّ وحدة الموضوع تعد واحدة من الخصائص الرئيسة للريبورتاج الناجح، لضمان عدم تشتيت أفكار الجمهور، لذا فإنَّ هذه النتائج تؤشر التزام الإذاعة بهذه السمة، إذ كانت أغلب الريبورتاجات ملتزمة بوحدة الموضوع.

ج. من حيث العرض:

اتسمت أغلب الريبورتاجات بالعرض المختصر، وفي هذا الصدد حددت إدارة الإذاعة في صيف عام 2009 مدة الريبورتاج الواحد بدقيقتين ونصف على ألاّ يتجاوز ثلاث دقائق كحد أقصى، لخفض ملل الجمهور، في حين أن مدة الريبورتاج كانت تصل قبل ذلك إلى أكثر من خمس دقائق، وكان أطول ريبورتاج مذاع ضمن مدة الدراسة هو الذي تناول (أعياد الميلاد ورأس السنة في باريس) المذاع بتاريخ (2009/12/21)، إذ بلغت مدته (5 دقائق و26 ثانية)، ويبدو أنَّ سبب طوله يعود إلى أهمية المناسبة وتأثيرها في الملايين من الناس. وهناك ريبورتاجات أخرى تجاوزت الزمن المحدد لكنها لم تصل إلى هذا القدر، فالريبورتاج الذي تناول (حرية المرأة وحقوقها في تونس) المذاع بتاريخ (2009/10/27) بلغت مدته (3 دقائق و23 ثانية).

أما الريبورتاجات ذات العرض المختصر فتراوحت مدتها بين دقيقتين ونصف إلى ثلاث دقائق، غير أنَّ هناك بعض الريبورتاجات كان زمنها اقل من ذلك بكثير، فكان أكثر الريبورتاجات اختصاراً هو الذي تناول (أهازيج وأغاني لكرة القدم من وحي جنوب أفريقيا) المذاع بتاريخ (2010/6/11)، الذي لم يتجاوز (56 ثانية) فقط. وجاء بعده الريبورتاج الذي تناول (مواجهات المسجد الأقصى) المُذاع بتاريخ (2010/3/1) الذي بلغت مدته (دقيقة واحدة و12 ثانية).

ووفقاً لهذه النتائج تكون الإذاعة ملتزمة بسمة العرض المختصر في ريبورتاجاتها، فمن المعروف أنَّ الاختصار هو أحد مستلزمات نجاح الريبورتاج الإذاعي.

د. من حيث الوضوح:

اتسمت جميع الريبورتاجات المُذاعة بالوضوح، مثل الريبورتاج الذي تناول (سياحة ثقافية في فلسطين) المذاع بتاريخ (2010/3/24)، إذ إمتازَ مثل غيرهِ بالوضوح في العرض ما يؤدي إلى فهم المحتوى من قبل المتلقي، وبذلك تتحقق واحدة من أهم سمات الريبورتاج الإذاعي الناجح، وهي الوضوح والابتعاد عن الغموض.

هـ. من حيث الواقعية:

تبينَ أنَّ جميع الريبورتاجات كانت تعايش الواقع، مثل الريبورتاج الذي تناول (التطور في عادات ارتداء الملابس في السودان) المذاع بتاريخ (2009/8/12)، إذ وصف المذيع ما يشاهده من أزياء ترتديها النساء بصورة دقيقة فلم يكن يعلق على الحدث

بقدر ما كان ينقله للمستمع وكأنه يعايشه بالفعل، وذلك ما أكده المختصون في وجوب أن يكون كاتب الريبورتاج شاهداً عاش الحدث وبدأ يقصّهُ على المستمع بسهولة ومباشرة.

و. من حيث الموضوعية:

اتسمت جميع الريبورتاجات التي بثتها الإذاعة بالموضوعية، كما في الريبورتاج الذي تناول (تظاهرات مطالبة بقانون للزواج المدني في لبنان) المذاع بتاريخ (2010/3/29)، ففي هذا الريبورتاج وبقية الريبورتاجات الأخرى إلتزم المحرر بالموضوعية عبر نقل المعلومات بطريقة لا يظهر فيها الغرض والتحيز أو التأثر بأحكام شخصية، وبذلك يتحقق أحد أهم شروط الريبورتاج الناجح متمثلاً بالتزام الموضوعية.

ز. من حيث التوازن:

تحقق التوازن في أغلب الريبورتاجات، مثل الريبورتاج الذي تناول (موقف الرأي العام التركي من الأزمة السياسية) المذاع بتاريخ (2010/4/1)، إذ تضمن آراءً متعارضة لأكثر من طرف، ولم يقتصر على إظهار وجهات نظر طرفٍ معين من دون آخر، وأسند كلّ معلومة أو فكرة إلى مصدرها، محققاً بذلك التوازن في الطرح.

أما الريبورتاجات التي كانت غير متوازنة فكانت نسبتها قليلة، مثل الريبورتاج الذي تناول (قضية العاطلين عن العمل في تونس) المذاع بتاريخ (2009/10/26)، إذ التزم بإظهار وجهات نظر الشباب الذين يعانون من البطالة وعدم سماح الحكومة التونسية لهم بالعمل أو بالدراسة بسبب اتجاهاتهم السياسية، بينما لم يتضمن آراء الطرف الآخر من المشكلة المتمثل بالحكومة، ما شكل حالة من عدم التوازن في الطرح. وعن هذا الريبورتاج تقول الصحفية رامتان عوايطية التي قامت بإعداده وتقديمه (وضعتُ صوت الطالب الذي مُنِعَ من التسجيل في الجامعة والشاب الذي مُنِعَ من التوظيف، بسبب اتجاهاتهم السياسية اليسارية، وتحملتُ المسؤولية في طرح هذا الموضوع بشكله الذي ظهر عليه، ولم أضع رداً لمسؤولٍ حكومي كيلا يتحوَّل الريبورتاج إلى لغة الخشب).

عاشراً: صوت المذيع

تميزت إذاعة مونت كارلو الدولية، بحرصها الدائم على اختيار مذيعين ذوي أصوات جهورية خالية من عيوب النطق، بحكم خبرتها الطويلة وكونها إذاعة دولية، وحسب متابعة الباحث، فقد كان صوت مذيع الريبورتاج جهورياً وجذاباً في أغلب الريبورتاجات التي قدمتها هذه الإذاعة، كما في الريبورتاج الذي تناول (فيلم حجارة الوادي) المذاع بتاريخ (2010/2/15)، الذي قدمته الصحفية (شروق أسعد) من فلسطين، والتي تتميز بصوتٍ جهوري ينطوي على جاذبية.

وتؤشر هذه النتيجة نجاح الإذاعة بنسبة عالية في اختيار الأصوات القوية الجذابة السليمة النطق، المريحة لأذن المستمع والتي يمتلك أصحابها القدرة على النطق السليم لمخارج الألفاظ وتلوين أصواتهم بما يناسب المعنى، وقد ظهر ذلك بصورة واضحة في الريبورتاجات التي قدمها صحفيون من مقر الإذاعة في باريس مثل الصحفية (ميشا خليل) التي تمتلك صوتاً جهورياً جذاباً وقدمت ريبورتاجات عدَّة، مثل الذي تناول موضوع (آرتيمو) المذاع بتاريخ (2010/3/9) من فرنسا، وكذلك مراسلو الإذاعة في العواصم الأخرى من القدماء أصحاب الخبرة المعروفين، مثل الصحفي (سليم بدوي) الذي يمتلك صوتاً قوياً يحمل جاذبية، وقدم ريبورتاجات متعددة مثل الذي تناول موضوع (مدينة غان البلجيكية) المذاع بتاريخ (2009/11/6).

أما الأصوات التي لم تكن تحمل جاذبية، على الرغم من أنها جهورية قوية سليمة، فكان أغلبها في الريبورتاجات التي قدمها بعض مراسلي الإذاعة حديثي العهد، ممن عُرِفَتْ أسماؤهم في السنوات الأخيرة ضمن صحفيي مونت كارلو.

حادي عشر: الموضوعات

ينصب اهتمام الإذاعة بالدرجة الأولى على كل ما هو حديث ومستمر في تأثيره إلى الزمن الحاضر، إذ عالجت أغلب الريبورتاجات أخباراً آنية وتناولتها بتفاصيلها، ما يجعلها تحوز على اهتمام المستمع الذي يبحث في الغالب عما هو جديد وله علاقة بحياته الحالية، مثل الريبورتاج الذي تناول (المخدرات في أفريقيا) المذاع بتاريخ (2009/8/19)، كما أن القضايا التي تناولتها كانت في أغلبها قضايا آنية لها امتدادات وتأثيرات في الزمن الحاضر، مثل ريبورتاج (صندوق الأطفال) المذاع بتاريخ (2009/7/31) والذي عالج قضية الأطفال مجهولي النسب في أوربا والذين يوضعون في صناديق خاصة بذلك من قبل مجهولين.

ثاني عشر: الجمهور المستهدف

اتضح أنَّ الإذاعة مُهتمة بعامَّةِ الجمهور المُتلقي وقِلَّة التركيز على شرائح معينة منه، إذ استهدفت الوصول إلى شرائح المستمعين كافة على اختلاف مستوياتهم، فاستهدفت أغلب ريبورتاجات مونت كارلو الجمهور العام، كما في الريبورتاج الذي تناول (المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون) المذاع بتاريخ (2009/7/23)، حتى أنَّ هناك بعض الريبورتاجات تناولت مواضيع يُفترض أن تكون موجهة إلى جمهورٍ خاص، ولكن طريقة معالجتها جرت بصورة جعلتها تبدو أنها مستهدفة لعامة المستمعين باختلاف مستوياتهم لتكون مفهومة لديهم وقريبة من اهتماماتهم، مثل الريبورتاج الذي تناول (أمسيتين موسيقيتين لعازف العود العراقي نصير شمه) المذاع بتاريخ (2009/4/15)، إذ لم تكن معالجة الموضوع من جوانب ثقافية أو فنية بحتة، بل جاءت لتغطي جوانب أخرى إنسانية واجتماعية وغيرها، فضلاً عن استخدام مؤثرات وعناصر أضفت على الريبورتاج طابعاً مشوقاً للجميع، ما جعلها أقرب إلى اهتمام معظم شرائح المتلقين وليس فقط طبقة المثقفين أو الموسيقيين.

بينما انخفضت نسبة الريبورتاجات التي عالجت مواضيع موجهة إلى شريحة معينة من الجمهور، مثل الريبورتاج الذي تناول (مهرجان جورج براسانس) المذاع

بتاريخ (2009/10/23)، الذي عالجَ مهرجاناً موسيقياً أقيم في باريس، وكان موجهاً إلى شريحة جمهور المثقفين أكثر من سواهم، وكذلك الأمر مع الريبورتاج المذاع بتاريخ (2010/5/10) والذي تناول (أدب الأطفال في مصر والعالم العربي).

وتقول رامتان عوايطية (إنَّ الأساس الأول للمواضيع التي يجري اختيارها يتمثلُ في اختيار ما يهم عامة الناس لجذب اهتمام معظم شرائح الجمهور المتلقي).

ثالث عشر: المقابلة

احتوت الغالبية العظمى من الريبورتاجات على مقابلات، كما في الريبورتاج الذي تناول (رمضان في القدس) المذاع بتاريخ (2009/9/1). ويندرُ أنْ لا تتضمَّن مقابلاتٍ مع شخصياتٍ باهتمامات مختلفةٍ.

وتُعبّرُ هذه النتيجة عن التزام القائمين بالريبورتاجات في مونت كارلو بما أكدته أدبيات الإعلام من أن المقابلة هي عنصر رئيس لا يمكن الاستغناء عنه في غالبية الريبورتاجات، إذ يعد الحوار الأسلوب الأمثل لجمع المعلومات للريبورتاج فهو يمنحه حيوية ويبعده عن الرتابة والملل.

ويؤكد بعض الصحفيين في الإذاعة أنَّ القواعد الثابتة لعملهم تفترضُ أن تكون هناك حوارات لا يقل عددها عن ثلاثة في كل ريبورتاج بشرط أن تكون مدة كل حوار بين (20 – 30) ثانية، والسعي بجد لمقابلة شخصيات للاستشهاد بآرائها تجاه الموضوع الذي تجري معالجته[5]، وتقول رامتان عوايطية (لا يجب أنْ نكتبَ كلَّ شيءٍ للمُستمعِ، بَلْ نُعطي الفُرصَةَ لأصواتٍ مِنَ الواقع لِتحكي لهُ القِصَّةَ، ونمنحُ فُرصَةً لذكاءِ وَخَيالِ المُستمعِ لِيَتَصَوَّرَ المشهد). وذلكَ ما تبيَّنَ عملياً في هذهِ النتائج التي أظهرت إلتزاماً كبيراً بإجراءِ مُقابلاتٍ في الريبورتاجات، ويبدو أنَّ الريبورتاجات النادرة التي لَمْ تَكُنْ تحتوي على مُقابلاتٍ كانَتْ قد نُفِّذَتْ على عَجَلٍ، إذ تبدو قصيرة الزمن وقليلة الإفادة من العناصر الفنية، وقد تكون أعدت لأحداثٍ عاجلة لتُبثّ في أقرب فترة إخبارية، أو قد تكون بُثَّتْ بصورة مباشرة عبر الهاتف، كما في الريبورتاج الذي تناول (مواجهات المسجد الأقصى) المذاع بتاريخ (2010/3/1) والذي أذيع ضمن النشرة الإخبارية بصوت الصحفية (شروق أسعد) عبر اتصالٍ هاتفي مباشر من القدس.

رابع عشر: أسلوب تسجيل المقابلات

اعتمدت الإذاعة في معظم الريبورتاجات على تسجيل المقابلات في مكان الحدث، مثل الريبورتاج الذي تناول (اليوم العالمي للثقافة العربية في باريس) المذاع بتاريخ (2010/6/8). ويشير ذلك إلى أنَّ عمل صحفيي الريبورتاجات في مونت كارلو هو عمل ميداني يتمثل بوصولهم إلى موقع الحدث وإجراء المقابلات مع ذوي العلاقة بالموضوع في مسرح الأحداث نفسه، مثل الريبورتاج الذي تناول (التجمعات أمام نجمة مايكل جاكسون) المذاع بتاريخ (2009/7/1). أما الريبورتاجات التي اعتمدت وسائل أخرى في إجراء المقابلات كالهاتف، فنلاحظ أنها كانت في أماكن قد يصعب التحرك الميداني فيها نتيجة طبيعة النظام الحكومي هناك أو التقاليد الاجتماعية فيها، أو قد تكون نتيجة ظروف أمنية أو اعتبارات دينية، مثل الريبورتاج الذي تطرق إلى (الانتخابات في جنوب لبنان) المذاع بتاريخ (2010/5/26). وفي هذا الصدد تشير ميشا خليل إلى صعوبة إجراء المقابلات الميدانية في بعض البلدان التي يحكمها نظام معين أو ثقافة وعادات وتقاليد معينة، إذ يصعب التعامل مع الأشخاص هناك بالطريقة نفسها التي يجري فيها التعامل مع آخرين يعيشون في مجتمعٍ مُنفتحٍ، أبناؤهُ معتادون على اللقاءات الإعلامية، ما يشكل صعوبة في الاتصال بالناس والتحدث إليهم ومشاركتهم في الحوار، وهناك بعض المواضيع لم يتمكن الصحفيون من إكمالها كما يريدون أو الوصول إلى النتيجة المطلوبة لأن أشخاصاً مهمين لهم علاقة مباشرة بالحدث لم يتحدثوا لهم للأسباب المذكورة.

كما تصف رامتان عوايطية طريقة إجراء الحوارات في الريبورتاج الذي عالج موضوع (غلاء المعيشة في الجزائر) المذاع بتاريخ (2009/9/30)، قائلةً (أخذتُ ارتفاع سعر البطاطا في السوق كأنه مشهد تمثيلي، وجعلته تعبيراً عن شيءٍ أكبر وهو غلاء المعيشة في الجزائر، ولم يكن المشهد تمثيلياً بل كان حقيقياً، إذ كان هناك أناس في السوق قمتُ بتوجيه أسئلة لهم وحاولت إستفزازهم لأحثهم على الكلام فتكلموا وشكوا حالهم ما أدى إلى مشادة كلامية قمتُ بتوظيفها في الريبورتاج).

خامس عشر: أنواع المؤثرات الصوتية

لازَمَت المؤثرات الصوتية معظم الريبورتاجات المذاعة في مونت كارلو، فالمؤثرات الصوتية تعد عنصراً ضرورياً في الريبورتاج الإذاعي ليكون أثرها معززاً للكلمة ومكملاً للفكرة. وأظهرت النتائج اعتماد الإذاعة بنسبة عالية على المؤثرات الطبيعية الخلفية المسجلة من موقع الحدث مثل الريبورتاج الذي تناول (فيلماً عن العراق) المذاع بتاريخ (2009/12/11). وفي هذا الصدد تقول تاتيانا مسعد (تتوافر كل أنواع المؤثرات الصوتية الموضوعة في إذاعة فرنسا الدولية، التي تشغل إذاعة مونت كارلو جزءاً من بنايتها، لكننا نفضل الأصوات التي نسجلها من موقع الحدث)، وتضيف إنها تقوم باختيار المؤثرات والأصوات وتعمل المونتاج بنفسها، إذ يقضي نظام الإذاعة الجديد أن يقوم الصحفي بعمل المونتاج لريبورتاجه بنفسه.

ويلاحظ أن معظم الريبورتاجات التي كانت خالية من المؤثرات الصوتية عالجت مواضيع من فلسطين، مثل الريبورتاج الذي تناول (المؤتمر الثقافي الفلسطيني) المذاع بتاريخ (2010/6/14)، ما يشير إلى صعوبة حركة الصحفي في بيئة متأزمة كفلسطين، أو ريبورتاجات جرى إعدادها وبثها على عجلٍ، لا سيما تلك التي تغطي حدثاً آنياً عاجلاً، مثل الريبورتاج الذي تناول (إعلان خطة حكومية لأكراد تركيا) المذاع بتاريخ (2009/8/3)، وهنا يبرز دور الخبرة وتوافر الإمكانات الفنية.

سادس عشر: توظيف المؤثرات الصوتية

كانت الوظيفة الأولى للمؤثرات الصوتية لريبورتاجات إذاعة مونت كارلو الدولية توضيح الحدث، فقد وُظِّفَت المُؤثِّرات الصوتية لهذا الغرض في العديد من الريبورتاجات، مثل الريبورتاج الذي تناول (النهج الجديد للصوفية في السودان) المذاع بتاريخ (2010/6/9)، إذ كانت أصوات الدراويش وأناشيدهم توضح جلسة خاصة بالصوفية. كما أن الوظيفة التالية لها كانت إضفاء الواقعية على الحدث، كما في الريبورتاج الذي تناول (بائعات الشاي في السودان) المذاع بتاريخ (2010/3/24)، إذ إنَّ صوت الملعقةِ المتحركة في كوب الشاي أضفى واقعيَّةً على الموضوع، فالمُتلقّي حينما يسمعُ ذلك الصوت مع أصوات الجو

العام للمكان، يتخيَّلُ شخصاً يتناولُ كوباً من الشاي في مكانٍ عام. واستخدمت المؤثرات الصوتية للتأثير النفسي على المستمع بالدرجة الثالثة، إذ يلاحظ ذلك في بعض الريبورتاجات، مثل ريبورتاج (تطبيق الشريعة الإسلامية في غزة) المذاع بتاريخ (2009/11/10)، إذ ظهر صوت محرك الدراجة النارية مع صوت يبين أن النساء ممنوعات من ركوبها في غزة، ما يشكل محاولة للتأثير النفسي على المستمع باتجاه التعاطف مع النساء في مواجهة تطبيق حركة حماس للشريعة الإسلامية في قطاع غزة.

ويأتي ذلك متوافقاً مع وظيفة المؤثرات الصوتية التي تعمل على توضيح الحدث وزيادة الاقتناع به، بما تضفيه عليه من واقعية تؤكد للمستمع حقيقة المكان وما يجري فيه من أحداث، فضلاً عن التأثير النفسي القوي الذي يمكن أن تحققه في بعض الأحيان.

سابع عشر: الموسيقى

يلاحظ هنا أنَّ معظم الريبورتاجات التي احتوت على موسيقى كانت خالية من المؤثرات الصوتية، مثل الريبورتاج الذي تناول (الليلة البيضاء في باريس) المذاع بتاريخ (2009/10/5)، وفي هذا الصدد تقول رامتان عوايطية (أحياناً لا تتوافر مؤثرات صوتية في الحدث، فنختار الصوت الموسيقي الذي يعبر عنه، لأن الموسيقى لغة)، وأضافت بخصوص الريبورتاج الذي تناول موضوع (عودة الحجاب إلى تونس) المذاع بتاريخ (2010/1/26)، قائلةً (في هذا الريبورتاج لم يكن لدي صوت يمثل الجو العام، لذلك وضعت موسيقى تعبر عما أريد قوله، وهذه الأجواء مهمة جداً لأنها تنقل المستمع إلى فضاءٍ آخر، هو فضاء التخيّل والاستشفاف).

كما يلاحظ أنَّ معظم الريبورتاجات التي عالجت مواضيع سياسية كانت خالية من الموسيقى، مثل الريبورتاج الذي تناول (مؤتمر حركة فتح في بيت لحم) المذاع بتاريخ (2009/8/5)، وفي هذا الصدد تقول ميشا خليل (في الريبورتاجات السياسية ليس هناك الكثير من العناصر، فلا يمكن وضع موسيقى مثلاً، بل يمكن استخدام أصوات ومؤثرات الجو العام من موقع الحدث لبيان المصداقية).

فقد وظفت الموسيقى لخلق مزاج للمستمع لتقبل الموضوع كما في الريبورتاج الذي تناول (المهرجان الدولي للموسيقى في بيروت) المذاع بتاريخ (2010/4/9). كما

وظفت لتغيير الإيقاع والخروج من الرتابة في عدد من الريبورتاجات مثل الريبورتاج الذي تناول موضوع (التلوث في دمشق) المذاع بتاريخ (2010/5/11). كما استخدمت الموسيقى للإنابة عن المؤثرات الصوتية في بعض الريبورتاجات، كريبورتاج (أشجار النخيل في السودان) المذاع بتاريخ (2009/11/16).

وقد اتضح أنَّ الموسيقى المستخدمة كانت مُناسبةً للريبورتاجاتِ المُذاعةِ بِنِسْبَةٍ عالية، مثل الريبورتاج الذي تناول (موسم تركيا في فرنسا) المذاع بتاريخ (2009/9/21). كما أنَّ جميع الريبورتاجات التي تضمنت مقاطع موسيقية كانت الموسيقى فيها متوافقة مع الكلام، إذ كانت الموسيقى ترتفع وتنخفض حسب مجريات الريبورتاج وبصورة جعلت الكلام المنطوق واضحاً، مؤديةً دورها من دون تأثيرٍ سلبي على وضوح الكلمة المنطوقة، كما في الريبورتاج الذي تناول (فن غناء الواو في مصر) المذاع بتاريخ (2010/4/6).

وقد استخدمت مساحات موسيقية طويلة في العديد من الريبورتاجات، مثل الريبورتاج الذي تناول (سوق أم درمان الحرفية) المذاع بتاريخ (2010/1/7). في حين استخدم البعض الآخر موسيقى متوسطة الطول، كما في الريبورتاج الذي تناول (حفل باتاكلان الفني) المذاع بتاريخ (2010/1/27). وقد كانت الموسيقى قصيرة في بعض الريبورتاجات كما في الريبورتاج الذي تناول (بلدة الخليل القديمة) المذاع بتاريخ (2009/11/16).

ثامن عشر: إعداد الريبورتاج

أغلب الريبورتاجات التي بثتها الإذاعة جرى إعدادها داخل مكاتب الإذاعة في عواصم الدول المختلفة، مثل الريبورتاج الذي تناول (المنتخب النسائي الفلسطيني بكرة القدم) المذاع بتاريخ (2009/10/29).

أما الريبورتاجات التي جرى إعدادها في استوديوهات الإذاعة بباريس فهي تلك التي تناولت مواضيع من داخل فرنسا، مثل الريبورتاج الذي تناول (مهرجان التذوق في باريس) المذاع بتاريخ (2010/2/16). ويشير ذلك إلى انتشار مراسلي الإذاعة في عددٍ كبيرٍ من بلدان العالم، لا سيما في الوطن العربي، واهتمام الإذاعة بالقضايا العربية والدولية من خلال التركيز على معالجة مواضيع من خارج فرنسا أكثر من تلك التي تناولتها الريبورتاجات من داخلها، مثل الريبورتاج الذي تناول (تظاهرة ضد التحرش الجنسي في لبنان) المذاع بتاريخ 2021/5/5.

تاسع عشر: نقل الريبورتاج

اهتمت الإذاعة بمستوى نقاوة ووضوح الصوت وتوفير الأجهزة الحديثة لنقل الريبورتاج ليظهر بالنتيجة بصورة متكاملة العناصر والمؤثرات، فعلى الرغم من نقل بعض الريبورتاجات عبر الهاتف إلاّ أنّ الصوت فيها كان واضحاً مفهوماً، ويؤخذ عليها أنها كانت خالية من المؤثرات الصوتية والعناصر الأخرى كالموسيقى مثلاً، كما في الريبورتاج الذي تناول (نابلس في كتاب غينس) المذاع بتاريخ (2009/7/20). أما أغلب الريبورتاجات فقد نُقلتْ عبر الأقمار الصناعية بواسطة جهاز البث (SNG) وكان الصوت فيها نقياً، ومُجَسَّماً، مثل الريبورتاج الذي تناول (معرض السيارات في ديترويت) المذاع بتاريخ (2010/1/19).

ويُلاحظ أنَّ غالبية الريبورتاجات التي جرى نقلها عن طريق الهاتف كانت من داخل فلسطين، مثل الريبورتاج الذي تناول (سرقة الأعضاء البشرية من الفلسطينيين) المذاع بتاريخ (2009/12/28)، وقد يعود ذلك إلى ضعف الإمكانات أو صعوبة إيجاد جهاز بث SNG في بيئة ساخنة مثل فلسطين، على الرغم من أنَّ هناك بعض الريبورتاجات نُقلتْ من هناك عبر جهاز SNG عن طريق الأقمار الصناعية، مثل الريبورتاج الذي تناول (معرض التصوير الفوتوغرافي في رام الله) المذاع بتاريخ (2010/3/26)، ولم تقتصر الريبورتاجات المنقولة عبر الهاتف على فلسطين فحسب، بل أنَّ هناك ريبورتاجات نُقلتْ من دولٍ أخرى بالطريقة نفسها، مثل الريبورتاج الذي تناول (تجارة المخدرات في روسيا) المذاع بتاريخ (2010/1/22).

عشرون: شروط الريبورتاج

قد يكون لعامل تحديد وقت الريبورتاج أثره في نوع المعالجة، فضلاً عن مدى توافر المعلومات التي تخص الجوانب المتعددة للموضوع، وكذلك الشخصيات ذات العلاقة به، ففي الريبورتاج الذي تناول (حضارة مروي السودانية في متحف اللوفر) المذاع بتاريخ (2010/4/1) جرت معالجة عميقة شملت جوانب مختلفة وتضمن معلومات كثيرة عن ذلك الموقع الأثري السوداني الذي عرضت آثاره في المتحف الفرنسي، ما جعل معالجته عميقة. بينما الريبورتاج الذي تناول (مؤتمر الاسكوا في مصر) المذاع بتاريخ (2009/7/24) كان مقتصراً على عرض وقائع ذلك المؤتمر دون التطرق إلى جوانب أخرى في الموضوع كان يمكن أن تغنيه بصورة أكثر عمقاً، ما جعل معالجته سطحية.

وقد أظهرت النتائج أن الإذاعة حاولت تحقيق المصداقية في العديد من ريبورتاجاتها عبر استضافة خبراء متخصصين، كما في الريبورتاج الذي تناول (الموسيقى السورية بين التراث والحداثة) المذاع بتاريخ (2010/5/31). كما سعت إلى ذلك عن طريق تضمين الريبورتاجات معطيات رقمية، كما في الريبورتاج الذي تناول (مهرجان أفينون في باريس) المذاع بتاريخ (2009/7/22). في حين افتقر بعضها إلى ما يعزز ثقة المستمع بالمضمون، كما في الريبورتاج الذي تناول (شجر النخيل في السودان) المذاع بتاريخ (2009/11/16).

وتُدافِعُ الصحفية رامتان عوايطية عن عدم استضافة خبراء متخصصين في بعض الريبورتاجات، بأنَّ ذلك لا يعني افتقارها للمصداقية، بل إنَّ استضافة الخبراء (حسب رأيها) يلقي ضوءاً على زوايا الموضوع من دون أن يعني بالضرورة تعزيز المصداقية، وهي قد تبرر بذلك للريبورتاج الذي تناول (حرية المرأة وحقوقها في تونس) المذاع بتاريخ (2009/10/27) والذي قامت بإعداده وتقديمه من دون أن يتضمن معطيات رقمية أو يستضيف خبراء متخصصين، علماً أنَّ الصحفية نفسها قدمت ريبورتاجات أخرى كانت تتضمن آراء لخبراء متخصصين سعياً وراء تحقيق نوع من المصداقية أمام المتلقي، مثل الريبورتاج الذي تناول (الرقابة على مقاهي الإنترنيت في تونس) المذاع بتاريخ (2009/10/26).

ويلاحظ أيضاً أنَّ الريبورتاج الذي تناول (يوم السيدا العالمي) المذاع بتاريخ (2009/12/1) كان خالياً من أي رأي لخبير طبي حول مرض السيدا، أو أية إحصاءات لعدد ضحايا هذا المرض المميت. على العكس من الريبورتاج الذي تناول (الخبز المجاني في باكستان) المذاع بتاريخ (2009/8/6) والذي استند إلى معطيات رقمية وبيانات إحصائية عن كمية الخبز الذي يمنح للفقراء وأعداد أولئك الفقراء المستفيدين من ذلك. وكذلك الحال مع الريبورتاج الذي تناول (مهرجان أبو ظبي للموسيقى الكلاسيكية) المذاع بتاريخ (2010/3/29) والذي تضمن استضافة خبراء في الموسيقى الكلاسيكية العالمية، ما أعطى نوعاً من المصداقية للمادة المقدمة عبر الريبورتاج.

هوامش الفصل الرابع

(1) مقابلة أجراها الباحث مع الإعلامية تاتيانا مسعد، مصدر سابق.
(2) مقابلة أجراها الباحث مع الإعلامية ميشا خليل، مصدر سابق.
(3) مقابلة أجراها الباحث مع الإعلامية رامتان عوايطية، مصدر سابق.
(4) مقابلة أجراها الباحث مع الإعلامية عبير نصراوي، مصدر سابق.
(5) مقابلة أجراها الباحث مع الإعلامية نعمات المطري، مصدر سابق.

الاستنتاجات

أولاً: سعت إذاعة مونت كارلو الدولية حثيثاً إلى إشعار الجمهور العربي بقربها منه، مستخدمةً أساليب لغوية مختلفة عبر استخدام اللغة العربية الفصيحة واللهجات العامية لضمان وصول رسالتها الإعلامية إليه، ومخاطبة شرائح المجتمع كلها باستخدام الأسلوب الواضح البسيط الدال على المعنى بصورة مباشرة، لتكون أكثر قرباً للمستمعين باختلاف مستوياتهم الثقافية وتعدد شرائحهم، إذ استهدفت الريبورتاجات في الغالب عامة الجمهور.

ثانياً: استعانت الإذاعة بأصواتٍ رخيمةٍ، وعملت على استقطاب أصواتٍ جهوريةٍ سليمة خالية من عيوب النطق، ذات جاذبية، ومريحة لأذن المستمع، واستقدمت في السنوات الأخيرة أصواتاً جديدة في الوقت الذي شرعت فيه الأصوات القديمة بمغادرتها، ما خلق حالةً من التمازج بين الجيلين جعلت المستمع يتعود تدريجياً على الأصوات الحديثة فلا يشعر بالفرق عند غياب القدماء عن ميكرفون الإذاعة.

ثالثاً: واكبت الإذاعة الأحداث والقضايا الآنيَّة ذات التأثير المستمر للحاضر، متناولةً إياها بتفاصيلها كلها، لتحوز على اهتمام المستمع عن طريق تقديم ما يبحث عنه وله علاقة بحياته الحالية.

رابعاً: اتسمت الإذاعة بقدرتها على تحريك خيال المستمع وذلك عن طريق إجراء مقابلات مع الأشخاص ذوي العلاقة بالقضية أو الحدث الذي تجري معالجته، فالمحررون لا يكتبون كل شيء، بل يتركون الفرصة لأصواتٍ من الواقع لتحكي القصة، ليتصوَّر المستمع المشهد، ما يزيد من تفاعل المتلقي مع الإذاعة.

خامساً: ركزت الإذاعة على العمل الميداني عبر وجود المراسلين في مواقع الأحداث، ما ينمي المصداقية لدى المستمع.

سادساً: كان للمؤثرات الصوتية دورها الفاعل في تعزيز الكلمة المنطوقة واستكمال الأفكار في ذهن المتلقي، إذ وظّفتْ تلك المؤثرات لتوضيح الحدث وإضفاء الواقعية عليه، ما يطلق مخيلة المستمع في تصوّرهِ للمشهد، ويزيد من تفاعله معها ويدفعه للاستمرار في الاستماع إلى النهاية.

سابعاً: أدخلت الإذاعة ما يمكن وصفه بتجربة (الصحفي الشامل) التي يمكن

عدَّها تجربة فتيَّة إلى حدٍّ ما، وتسير بخطىً محسوبة، ولكن لم يمضِ عليها الوقت الكافي للحكم بنجاحها أو فشلها، وإذا كانت هذه العملية تساعد في وضع رؤية الصحفي موضع التنفيذ، فإنَّ المستقبَل قد يُظهرُ مضاعفاتٍ سلبيةٍ، إذ إنَّ انعدام التخصص قد يُقلّل من فرص الإبداع، فضلاً عن أنَّ ذلك قد يشكل ثقلاً على كاهل الصحفيين، ما قد يؤثر في جودة نتاجهم، على الرغم من أنَّ مستوى عملهم لحد الآن يسير بإتجاه النجاح والتميز.

ثامناً: تبين أن تهيئة مزاج المتلقي لتقبل مضمون الريبورتاج، كان من بين الأمور التي أولاها القائم بالريبورتاج أهمية كبيرة، وذلك عن طريق استخدام الموسيقى مُتناسبةً مع توظيف المؤثرات الصوتية، ومتوافقة مع الكلام المنطوق.

تاسعاً: اهتمت الإذاعة بنقاوة الصوت، وهو من الأمور المهمة في العمل الإذاعي، إذ إنَّ عدم النقاوة تعني ضعف حضور الإذاعة، ما يؤشر حرص الإذاعة على توفير أحدث الأجهزة لمحرريها ومراسليها حول العالم، لاسيما وأنها تملك استوديوهات رقمية حديثة في مقرها بباريس.

عاشراً: اتسمت أغلب الصحفيين القائمين بفن الريبورتاج بالاحترافية والقدرة على إيجاد تناسب بين أجزاء القالب الفني للريبورتاج، فضلاً عن إبتكارهم لصياغاتٍ لغويةٍ شيّقة.

أحد عشر: اعتمدت الإذاعة في معظم ريبورتاجاتها على أسلوب الوصف كقالبٍ فني، ويبدو ذلك طبيعياً، بخاصة أنَّ اغلب الريبورتاجات عالجت مواضيع تتطلب استخدام الوصف في بنائها، مثل المهرجانات والتظاهرات والاحتفالات والتجمعات الثقافية والفنية وسواها من المواضيع التي يعد الوصف أكثر ملاءمة لمعالجتها.

ثاني عشر: على الرغم من أن مداخل معظم الريبورتاجات كانت تقليدية عن طريق الدخول بصوت المذيع، إلا أنَّ المؤثرات الصوتية والموسيقى كانت أكثر جاذبية في مدخل الريبورتاج، ما قد يدفع المستمع إلى إكمال الاستماع له بعد أن تشده الثواني الأولى منه.

ثالث عشر: جهدَ المحررون على إيجاد صياغات في ريبورتاجاتهم تنطوي على جاذبية للفت الانتباه، متضمنة معلومة أو واقعة، وتكون ملائمة للموضوع ولطول البرنامج، الأمر الذي يحقق التناسب في تركيب أجزائه.

رابع عشر: رسمت الخاتمة صورة ذهنية متكاملة للحدث، إذ كانت تلخيصاً موجزاً لما جاء في الريبورتاج، وارتبط ذلك مع نوع القالب الفني المستخدم في أغلب الريبورتاجات متمثلاً بالوصف لتجسيد المعاني التي وردت فيها.

خامس عشر: أخذت الكلمة المنطوقة في الريبورتاج مساحة أكبر بكثير من أي عنصر آخر، وحضرت بقوة في أجزائه كلها، فهي تمثل اللغة اللفظية، وتعد المرتكز الأساس للريبورتاج الإذاعي.

سادس عشر: عملت الإذاعة على خفض ملل الجمهور عن طريق اختصار وقت الريبورتاج وتحديده بدقيقتين ونصف وبما لا يتجاوز الثلاث دقائق، وهو ما يأخذ بالحسبان إيقاع العصر السريع، والطبيعة المعقدة للحياة المعاصرة.

سابع عشر: اتسمت غالبية الريبورتاجات بالموضوعية والحيادية والتوازن، للوصول إلى إقناع المستمع العربي بحيادية الإذاعة وعدم إبراز هوية محددة لها.

ثامن عشر: حاولت الإذاعة إيجاد إيقاع مميز لبرامجها، تمثل بالسرعة أحياناً وزيادة المساحة الترفيهية والفنية والثقافية أكثر من السياسية التي يجري تناولها في فتراتها الإخبارية.

قائمة المصادر

أولاً: الكتب العربية والمعربة:

1. ابن منظور، جمال الدين، لسان العرب، بيروت، مطبعة يوسف خياط، بدون تاريخ.

2. إبراهيم، إسماعيل، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، ط4، القاهرة، دار الفجر، 2005.

3. أبو عرجة، تيسير، دراسات في الصحافة والإعلام، عمان، دار مجدلاوي، 2000.

4. أبو زيد، فاروق، فن الخبر الصحفي، القاهرة، عالم الكتب، 1981.

5. أبو زيد، فاروق، فن الكتابة الصحفية، ط2، القاهرة، عالم الكتب، 1983.

6. أبو زيد، فاروق، مدخل إلى علم الصحافة، القاهرة، عالم الكتب، 1986.

7. ادهم، محمود، التحقيق الصحفي، القاهرة، دار الثقافة، 1981.

8. ادهم، محمود، دراسات في فن الحديث الصحفي، القاهرة، دار نشر الثقافة، 1982.

9. ــ، التحقيق الصحفي الانموذجي وصحافة الغد، القاهرة، دار الثقافة، 1984.

10. ادهم، محمود، المقابلات الإعلامية، إدارتها، تحريرها، نشرها، القاهرة، دار الثقافة، 1984.

11. ادهم، محمود، التعريف بالمجلة، ماهيتها، قصتها، مادتها، خصائصها، القاهرة، بدون ناشر، 1985.

12. ادهم، محمود، أدب الجاحظ من زاوية صحفية، القاهرة، بدون ناشر، 1986.

13. ادهم، محمود، فن تحرير التحقيق الصحفي، القاهرة، دار الشعب، 1988.

14. أردش، سعد، المخرج في المسرح المعاصر، عالم المعرفة، العدد19، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، يوليو 1979.

15. إمام، إبراهيم، دراسات في الفن الصحفي، القاهرة، المكتبة الانجلو مصرية، 1972.

16. أولمان، جون، التحقيق الصحفي: أساليب وتقنيات متطورة، ترجمة: ليلى

زيدان، القاهرة، الدار الدولية، .2000
17. الآمدي، الحسن بن بشر بن يحيى، الموازنة بين أبي تمام والبحتري، تحقيق محمد محي الدين عبد الحميد، القاهرة، بدون ناشر، .1944
18. الابياري، فتحي، صحافة المستقبل والتنظيم السياسي، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، .1985
19. البير، بيير، الصحافة، ترجمة: فاطمة عبد الله محمود، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، .1987
20. البطريق، نسمة أحمد، الإعلام والمجتمع في عصر العولمة: دراسة في المدخل الاجتماعي، القاهرة، دار غريب، .2004
21. التائه، سعد، التحقيق الصحفي، بيروت، الاتحاد العام للصحفيين العرب، بدون تاريخ.
22. الجارم، علي، ومصطفى أمين، البلاغة الواضحة، ط11، القاهرة، بدون ناشر، .1969
23. الجريدي، نبيل، المدخل لعلم الاتصال، الإمارات، مكتبة الإمارات، 1984.
24. الحسن، عبد الدائم عمر، الكتابة والإنتاج الإذاعي بالراديو، عمان، دار الفرقان، .1998
25. الحاتمي، محمد بن الحسن بن المظفر، حلية المحاضرة في صناعة الشعر، ج1، تحقيق: جعفر كتاني، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، .1979
26. الحديثي، وليد، مذيعو البرامج ومقدموها، مجلة البحوث الإذاعية والتلفزيونية، العدد 25، بغداد، .1986
27. الحسيني، أميرة، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، بيروت، دار النهضة العربية، .2005
28. الحلواني، ماجي، مدخل إلى الإذاعات الموجهة، القاهرة، دار الفكر العربي، .1982
29. الحمامصي، جلال الدين، من الخبر إلى الموضوع الصحفي، القاهرة، دار المعارف، .1966
30. الحمامصي، جلال الدين، إنتاج البرامج التلفزيونية، القاهرة، دار القومية

العربية للثقافة والنشر، .2003

31. الخزاعي، حسني، مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية، عمان، دار البركة، 2004.

32. الدروبي، محمد، الصحافة والصحفي المعاصر، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، .1996

33. الرازي، محمد بن أبي بكر بن عبد القادر، مختار الصحاح، الكويت، دار الرسالة، 1983.

34. الركابي، زين العابدين، النظرية الإسلامية في الإعلام والعلاقات العامة، في: الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية، الرياض، بدون ناشر، .1979

35. الزمخشري، محمود بن عمر، أساس البلاغة، بيروت، دار صادر، .1979

36. السامرائي، إبراهيم، المعجم الوجيز في مصطلحات الإعلام، بيروت، مكتبة لبنان ناشرون، .1999

37. السيسي، يوسف، دعوة إلى الموسيقى، عالم المعرفة، العدد46، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، أكتوبر .1981

38. الغنام، عبد العزيز، مدخل في علم الصحافة، القاهرة، المكتبة الانجلو مصرية، .1977

39. الغنام، عبد العزيز، مدخل في علم الصحافة، ج3، إنتاج البرامج الإذاعية، القاهرة، المكتبة الانجلو مصرية، .1983

40. المحنة، فلاح كاظم، البرامج الإذاعية والتلفزيونية، بغداد، بيت الحكمة، 1988.

41. المحنة، فلاح كاظم، وسؤدد القادري، الفنون الإذاعية والتلفزيونية، الموصل، دار الحكمة، .1990

42. المصمودي، مصطفى، النظام الإعلامي الجديد، عالم المعرفة، العدد94، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، أكتوبر .1985

43. الهادي، محمد محمد، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 2001.

44. الهيتي، هادي نعمان، في فلسفة اللغة والإعلام، القاهرة، الدار الثقافية

للنشر، 2007.

45. الياسري، قيس، وآخرون، الفنون الصحفية، بغداد، دار الحكمة، 1991.

46. الياسري، قيس، ويونس الشكرجي، فن المقابلة والتحقيق الصحفي، بغداد، دار الحكمة، 1991.

47. ب. ديو بولد. فان دالين، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط2، ترجمة: نبيل نوفل وآخرون، القاهرة، مكتبة الانجلو مصرية، 1984.

48. بدوي، احمد زكي، معجم مصطلحات الإعلام، القاهرة، بيروت، دار الكتاب المصري ودار الكتاب اللبناني.

49. بدوي، عبد الرحمن، الأخلاق النظرية، الكويت، دار سالم للطباعة، 1975.

50. برادلي، دوان، الجريدة ومكانتها في المجتمع الديمقراطي، ترجمة: محمود محمد سليمة، القاهرة، مكتبة النهضة المصرية، بدون سنة نشر.

51. بياجي، شيرلي، المقابلة الصحفية فن، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الجمعية المصرية لنشر المعرفة الثقافية العالمية، 1991.

52. بيتنر، ج، مدخل الاتصال الجماهيري، ج1، ترجمة: عمر الخطيب، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1987.

53. بيري، توماس، الصحافة اليوم، ترجمة: مروان الجابري، بيروت، مؤسسة بدران، 1964.

54. تريكل، ايوار، وآخرون، الريبورتاج الإذاعي، ترجمة: حافظ القباني، بغداد، دار الحرية، 1973.

55. جرين، موري، أخبار التلفزيون بين التحليل والتنفيذ، ترجمة: حمدي قنديل، وأحمد سعيد عبد الحليم، القاهرة، مكتبة النهضة المصرية، 1972.

56. جيد، رمزي ميخائيل، تطور الخبر في الصحافة المصرية، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1985.

57. جيتس، بيل، المعلوماتية بعد الإنترنيت: طريق المستقبل، ترجمة: عبد السلام رضوان، عالم المعرفة، العدد 231، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، مارس 1998.

58. حاتم، محمد عبد القادر، الرأي العام والدعاية، القاهرة، مكتبة الانجلو

مصرية، 1972.
59. ــ، الدعاية والإعلام، القاهرة، المكتبة الانجلو مصرية، 1972.
60. حجاب، محمد منير، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، القاهرة، دار الفجر، 2002.
61. حجاوي، عارف، الكتابة للراديو: مذيع بلا نص مذيع أخرس، فلسطين، جامعة بير زيت، 2004.
62. حداد، نبيل، في الكتابة الصحفية: السمات، المهارات، الأشكال، القضايا، عمان، دار الكندي، 2002.
63. حسين، سمير محمد، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، القاهرة، عالم الكتب، 1976.
64. حسام الدين، محمد، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2003.
65. حمزة، عبد اللطيف، المدخل في فن التحرير الصحفي، ط3، القاهرة، دار الفكر العربي، 1965.
66. خزعل، عبد النبي، فن تحرير الأخبار في الإذاعات الدولية بين التوظيف والموضوعية، عمان، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة، 2003.
67. خضر، محمد حمد، مطالعات في الإعلام، ط2، الرياض، دار المريخ، 1987.
68. خليفة، إجلال، الصحافة، القاهرة، دار الطباعة الحديثة، 1967.
69. خليفة، إجلال، إتجاهات حديثة في التحرير الصحفي، القاهرة، دار الهنا للطباعة، 1972.
70. خليفة، إجلال، فن التحرير الصحفي، القاهرة، المكتبة الانجلو مصرية، 1980.
71. خليفة، إجلال، الوسائل الصحفية وتحديات المجتمع الإسلامي المعاصر، القاهرة، مكتبة الانجلو مصرية، 1980.
72. خليفة، إجلال، علم التحرير الصحفي، ج1، القاهرة، مكتبة الانجلو مصرية، 1980.
73. خليل، محمود إبراهيم، وشريف درويش الليان، اتجاهات حديثة في الإنتاج

الصحفي، ج1، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2000.

74. دانيلون، واين أ، تحليل المضمون وبحوث الاتصال في جامعة لويزيانا في الولايات المتحدة الأمريكية: المدخل إلى بحوث الاتصال الجماهيري، ترجمة: المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين، بغداد، دار الحرية للطباعة، 1988.

75. دويدري، رجاء وحيد، البحث العلمي: أساسياته النظرية وممارسته العملية، دمشق وبيروت، دار الفكر ودار الفكر المعاصر، 2000.

76. رايت، تشارلز، المنظور الاجتماعي للاتصال الجماهيري، ترجمة: محمد فتحي، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1983.

77. راني، أوستن، قنوات السلطة: أو تأثير التلفزيون في السياسة الأمريكية، ترجمة: موسى جعفر، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، 1986.

78. راي تيل، ليوناردو، ورون تيلر، مدخل إلى الصحافة: جولة في قاعة التحرير، ترجمة: حسن حمدي، القاهرة، الدار الدولية، 1990.

79. ربيع، عبد الجواد سعيد محمد، فن الخبر الصحفي: دراسة نظرية وتطبيقية، القاهرة، دار الفجر، 2005.

80. رشتي، جيهان احمد، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، 1975.

81. رضا، عدلي سيد، وسلوى العوادلي، الإعلان في الإذاعة والتلفزيون، القاهرة، دار النهضة العربية، 2008.

82. روبنز، ر. هـ، موجز تاريخ علم اللغة في الغرب، ترجمة: أحمد عوض، عالم المعرفة، العدد 227، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، نوفمبر 1997.

83. ريتش، كارول، كتابة الأخبار والتقارير الصحفية، ترجمة: عبد الستار جواد، العين، دار الكتاب الجامعي، 2002.

84. سترنر، هربرت، المراسل الصحفي ومصادر الأخبار، ط2، ترجمة: سميرة أبو سيف، القاهرة، الدار الدولية، 1989.

85. ستيد، ويكهام، الصحافة، ترجمة: علي رفاعة الأنصاري، القاهرة، بدون ناشر، 1973.

86. شرف، عبد العزيز، فن التحرير الإعلامي، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1980.

87. شرف، عبد العزيز، العربية لغة الإعلام، الرياض، دار الرفاعي، .1983

88. شرف، عبد العزيز، اللغة الإعلامية، بيروت، دار الجيل، .1991

89. . شرف، عبد العزيز، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، القاهرة، دار قباء، .2000

90. شرف، عبد العزيز، فن المقال الصحفي، القاهرة، دار قباء، .2000

91. شرف، عبد العزيز، الأجناس الإعلامية وتطور الحضارة الاتصالية، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، .2003

92. شرف، عبد العزيز، الجغرافية الصحفية وتاريخ الصحافة العربية، القاهرة، عالم الكتب، .2004

93. شلبي، كرم، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، جدة، دار المشرق، 1987.

94. شلبي، كرم، الإذاعات التنصيرية الموجهة إلى المسلمين العرب، القاهرة، مكتبة التراث الإسلامي، .1991

95. شلبي، كرم، الخبر الإذاعي، فنونه وخصائصه في الراديو والتلفزيون، جدة، دار الشروق، .1985

96. شرام، ولبر، أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية، ترجمة: محمد فتحي، القاهرة، الهيئة العامة للكتاب، .1970

97. شكري، عبد المجيد، الإذاعات المحلية لغة العصر، القاهرة، دار الفكر العربي، .1987

98. شقرون، عبد الله، فن الإذاعة، تطوان، المطبعة المهدية، بدون تاريخ.

99. صابات، خليل، الصحافة مهنة ورسالة، القاهرة، دار المعارف، بدون تاريخ.

100. صيني، سعيد إسماعيل، قواعد أساسية في البحث العلمي، بيروت، مؤسسة الرسالة، .1994

101. طلعت، شاهيناز، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، القاهرة، مكتبة الانجلو مصرية، 1980.

102. عبد الرحمن، عواطف، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث،

عالم المعرفة، العدد 78، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، يونيه 1984.

103. عبد الحميد، محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، 2000.

104. عبد الحميد، محمد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، جدة وبيروت، دار الشروق ودار ومكتبة الهلال، 2009.

105. عبد المجيد، ليلى، سياسات الاتصال في العالم الثالث، القاهرة، دار الطباعي العربي، 1986.

106. عبد الحليم، محي الدين، وحسن أبو العينين، العربية في الإعلام: الأصول والقواعد والأخطاء الشائعة، القاهرة، دار الشعب، 1988.

107. عبد العزيز، محمد حسن، لغة الصحافة المعاصرة، القاهرة، دار المعارف، 1979.

108. عبد النبي، عبد الفتاح إبراهيم، سوسيولوجيا الخبر الصحفي، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 1989.

109. عبدة، عزيزة، الإعلام السياسي والرأي العام: دراسة في ترتيب الأولويات، القاهرة، دار الفجر، 2004.

110. عبيدات، محمد، وآخرون، منهجية البحث العلمي: القواعد والتحليل والتطبيقات، عمان، دار وائل، 1997.

111. عزت، محمد فريد محمود، دراسات في فن التحرير الصحفي في ضوء معالم قرآنية، جدة، دار الشروق، 1984.

112. عزت، محمد فريد محمود، مدخل إلى الصحافة، جدة، مكتب احمد فؤاد، 1993.

113. عزي، عبد الرحمن، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2003.

114. عسر، عبد الوارث، فن الإلقاء، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1993.

115. علم الدين، محمود، و ليلى عبد المجيد، فنية الكتابة الصحفية والتحرير،

القاهرة، بدون دار نشر، .1991
116. علي، نبيل، العرب وعصر المعلومات، عالم المعرفة، العدد184، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، أبريل .1994
117. علي، نبيل، الثقافة العربية وعصر المعلومات، عالم المعرفة، العدد 265، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، يناير .2001
118. عليان، ربحي مصطفى، وعثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي: النظرية والتطبيق، عمان، دار صفاء، .2000
119. عمر، السيد احمد مصطفى، الكتابة والتحرير الصحفي، رؤية جديدة، دبي، دار القلم، .2004
120. عمر، نوال محمد، مناهج البحوث الاجتماعية والإعلامية، القاهرة، مكتبة الانجلو مصرية، .1986
121. عوض، عدنان، مناهج البحث العلمي، عمان، جامعة القدس المفتوحة، .1994
122. عوض الله، غازي زين، الأسس الفنية للحديث الصحفي، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، .1996
123. عودة، محمود، أساليب الإتصال والتغيير الإجتماعي، ط2، الكويت، ذات السلاسل للطباعة والنشر والتوزيع، .1989
124. عويس، محمد، البحث العلمي في الخدمة الاجتماعية: الدراسة والتشخيص في بحوث الممارسة، ط3، القاهرة، دار النهضة العربية، .2003
125. فهيم، حسين محمد، أدب الرحلات، عالم المعرفة، العدد 138، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، يونيو .1989
126. فهمي، محمود، الصوت والصورة، القاهرة، مطبعة المعرفة، بدون تاريخ.
127. فهمي، محمود، الفن الصحفي في العالم، القاهرة، دار المعارف، .1964
128. فضل، صلاح، نظرية البنائية في النقد الأدبي، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، .1987
129. فضل، صلاح، بلاغة الخطاب وعلم النص، عالم المعرفة، العدد 164، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، أغسطس .1992

130. فهيم، فائق، الإعلام المعاصر، الرياض، دار الوطن، 1985.
131. كرم، جان جبران، مدخل إلى لغة الإعلام، بيروت، دار الجيل، 1986.
132. كولماس، فلوريان، اللغة والاقتصاد، ترجمة: احمد عوض، عالم المعرفة، العدد 263، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 2000.
133. كريم، فخري، الصحفي: دراسة في أشكال الكتابة الصحفية، بغداد، مكتبة الأديب، 1977.
134. كينجون وكاوجيل ورالف ليفي، الإذاعة بالراديو والتلفزيون، ترجمة: نبيل بدر، القاهرة، الدار المصرية العامة للتأليف والترجمة، بدون تاريخ.
135. لويس، برنارد، وإدوارد سعيد، الإسلام الأصولي في وسائل الإعلام الغربية من وجهة نظر أمريكية، بيروت، دار الجيل، 1994.
136. لبيب، سعد، وكرم شلبي، الصحافة الإذاعية، بغداد، معهد التدريب الإذاعي، 1972.
137. لبيب، سعد، دراسات في الفنون الإذاعية، بغداد، مطبعة الأديب البغدادي، 1973.
138. لويس، كارولين ديانا، التغطية الإخبارية للتلفزيون، ترجمة: محمود شكري العدوي، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 1993.
139. مرزوق، يوسف، مدخل إلى علم الاتصال، القاهرة، مكتبة الانجلو مصرية، 1986.
140. مرزوق، يوسف، المدخل إلى حرفية الفن الإذاعي، القاهرة، مكتبة كمال الدين، 1987.
141. مرزوق، يوسف، الخدمة الإخبارية في الإذاعة الصوتية: دراسة حول القائم بالأخبار، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1988.
142. مرزوق، يوسف، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1988.
143. مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز، القاهرة، وزارة التربية والتعليم، 1994.
144. خليل، محمود، الصحافة الالكترونية: أسس بناء الأنظمة في التحرير الصحفي، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 1999.

145. مجموعة مؤلفين باللغة البولونية، دروس في التحرير الصحفي، وارشو، 1987.

146. مكاوي حسن عماد، إنتاج البرامج للراديو: النظرية والتطبيق، القاهرة، المكتبة الانجلو مصرية، 1989.

147. مكاوي، حسن عماد، وليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1998.

148. ماكلوهان، مارشال، كيف نفهم وسائل الاتصال، ترجمة: خليل صابات، القاهرة، دار النهضة العربية، 1975.

149. محمد، محمد إسماعيل، الكلمة المذاعة، القاهرة، مكتبة النهضة المصرية، 1960.

150. مينكوف، ميخائيل، المبادئ الأساسية في الصحافة الإذاعية، ترجمة: فؤاد الشيخ، دمشق، دار مشرق-مغرب للخدمات الثقافية، 2000.

151. معوض، محمد، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، القاهرة، دار الفكر العربي، 1992.

152. معوض، محمد، و بركات عبد العزيز، إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، الكويت، ذات السلاسل للطباعة والنشر، 1988.

153. موسى، سلامة، الصحافة حرفة ورسالة، القاهرة، سلامة موسى للنشر والتوزيع، 1963.

154. مدكور، مرعي، الصحافة الإخبارية، القاهرة، دار الشروق، 2002.

155. مرعي، محمد، المذيع في وسائل الاتصال الالكترونية، دمشق، المعهد العربي للتدريب الإذاعي والتلفزيوني، 1999.

156. نصار، أيمن عبد الحليم، إعداد البرامج الوثائقية، عمان، دار المناهج، 2007.

157. نجيب، محمد، وآخرون، استراتيجيات الإعلام والتعليم والاتصال في المجال الصحي، عمان، مطبعة اليونيسيف، 1995.

158. نويبرت، هارالد، النظام العالمي الجديد ومشاكل العالم الثالث على ضوء اكتشاف أميركا قبل 500 عام، ترجمة: محمد الزغبي وممتاز كريدي، بيروت، دار

الطليعة، 1996.

159. نيوسوم، دوم، وبوب كاريل، الكتابة للعلاقات العامة: الشكل والأسلوب، ترجمة: فايد رباح، غزة، دار الكتاب الجامعي، 2003.

160. هاتلنج، جون، أخلاقيات الصحافة، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار العربي، 1981.

161. همام، طلعت، مائة سؤال عن التحرير الصحفي، عمان، دار الفرقان، 1984.

162. هيليارد، روبرت، الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة، ترجمة: مؤيد حسن فوزي، العين، 2003.

163. هاملتون، جون ماكسويل، وجورج أ. كريمسكي، صناعة الخبر في كواليس الصحف الأمريكية، ط2، ترجمة: أحمد محمود، القاهرة، دار الشروق، 2002.

164. هاشكوفتس، سلافوي، ويارو سلاف فرست، مدخل إلى الصحافة: صحافة وكالات الأنباء، تعريب: جيان، ط2، بيروت، دار الفارابي، 1985.

165. هستر، ألبرت ل. ووراي لان ج. تو، دليل الصحفي في العالم الثالث، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1988.

166. وهبي، إبراهيم، الخبر الإذاعي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1980.

167. ويلسون، جلين، سيكولوجية فنون الآداب، ترجمة: شاكر عبد الحميد، عالم المعرفة، العدد 258، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، مارس 2000.

168. يوسف، سوزان، وهبة الله بهجت، إنتاج البرامج للراديو والتلفزيون، القاهرة، مكتبة الشباب، 1993.

ثانياً: بحوث منشورة في دوريات عربية:

1. إبراهيم، محمد معوض، برامج الحوار في القنوات الفضائية ظاهرة تحتاج إلى علاج، مجلة الإذاعات العربية، العدد3، تونس، إتحاد إذاعات الدول العربية، 2002.

2. العزاوي، مظفر مندوب، تحديات عولمة الإعلام وسبل المواجهة، بحث في مجلة الباحث الإعلامي، العدد2، بغداد، كلية الإعلام، جامعة بغداد، حزيران 2006.

3. مهدي، ثامر، الأخبار والبرامج الخبرية، مجلة البحوث، العدد الخامس والعشرون، نيسان، بغداد، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين في اتحاد إذاعات الدول العربية، 1989.

4. مرزوق، يوسف، الإنتاج الإذاعي بين الإبداع الفني وحرفية المهنة، مجلة الفن الإذاعي، العدد 71، القاهرة، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، ابريل، 1976.

ثالثاً: بحوث غير منشورة:

1. الهيتي، هادي نعمان، أسس وقواعد البحث العلمي، بغداد، دراسة مطبوعة بالرونيو، 1983.

رابعاً: الرسائل الجامعية:

1. الهيتي، هادي نعمان، الاتصال الجماهيري في العراق: وسائله واتجاهاته السياسية 77-1978، أطروحة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 1980.

2. العزاوي، حسين رشيد، فن المقابلة الإذاعية في الإذاعات العراقية في بغداد، أطروحة دكتوراه، جامعة بغداد، كلية الإعلام، 2005.

3. خضير، فاضل محمود، واقع التحقيق الإذاعي في العراق، رسالة ماجستير، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، 1989.

4. عبد الصاحب، سعد مطشر، فن التحقيقات التلفزيونية: دراسة تحليلية لفن التحقيقات في تلفزيون العراق، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، كلية الآداب، 2000.

خامساً: الصحف:

1. جريدة الشرق الأوسط، الطبعة الدولية، لندن، العدد 10302 الصادر بتاريخ 2007/2/11.

سادساً: المقابلات:

1. مقابلة أجراها الباحث مع الإعلامي العراقي سعد المسعودي، صحفي ومذيع في إذاعة مونت كارلو الدولية، بتاريخ 2010/5/24.

2. مقابلة أجراها الباحث مع الصحفي العراقي: باسل محمد، مدير مكتب إذاعة

مونت كارلو الدولية في بغداد، بتاريخ 2010./5/24

3. مقابلة أجراها الباحث مع الإعلامية اللبنانية: ميشا خليل، صحفية ومذيعة في إذاعة مونت كارلو الدولية وقناة France24 التلفزيونية الفضائية، بتاريخ 2010./5/27

4. مقابلة أجراها الباحث مع الإعلامية اللبنانية: تاتيانا مسعد، صحفية ومذيعة في إذاعة مونت كارلو الدولية وقناة France24 التلفزيونية الفضائية، بتاريخ 2010./6/1

5. مقابلة أجراها الباحث مع الإعلامية الجزائرية: رامتان عوايطية، صحفية ومذيعة في إذاعة مونت كارلو الدولية وقناة France24 التلفزيونية الفضائية، بتاريخ 2010./6/4

6. مقابلة أجراها الباحث مع الإعلامية التونسية: عبير نصراوي، مذيعة ومقدمة برامج في إذاعة مونت كارلو الدولية، بتاريخ 2010./6/15

7. مقابلة أجراها الباحث مع الإعلامية الأردنية: نعمات المطري، مذيعة ومقدمة برامج في إذاعة مونت كارلو الدولية، بتاريخ 2010/6/15.

سابعاً: المواقع الالكترونية على شبكة الإنترنيت:

1. http://www.champress.net
2. http://ar.wikipedia.org
3. http://marefa.org
4. http://www.france24.com/ar/quisommesnous-mcd

http://www.palais.mc/monaco

5. http://mc-douliya.com http://www.france24.com/ar/frequences-mcd

ثامناً: المصادر الأجنبية:

1. Lwies James, The Active Reporter, Vikas Publications Press Institute of India, India, 1969.

2. Novak R. D, The journalism, New York, 1976.

3. Nash, Roy. W: How to write A Reports, The Macmillan Company, New York, 1990.

4. William Bluem, Documentary in America Television.

5. Wolfe Tom, The New Journalism, Pan Books ltd. London, 1975.

الملاحق

ملحق رقم (1)
يبين تعريفات فئات التحليل

تضمنت استمارة التحليل مجموعة من الوحدات والفئات، فيما يأتي تعريفاتها:

1. وحدة اللغة: ونعني بها اللغة اللفظية التي يستخدمها القائم بالريبورتاج الإذاعي، وتشمل كلام مذيع الريبورتاج وأحاديث الضيوف المشاركين فيه. وشملت فقرتين:

* **اللغة العربية الفصحى:** استخدام المفردات العربية الفصيحة فقط سواء أكانت مجسدة بصوت مذيع الريبورتاج أو أحاديث الضيوف، بلغة عربية مباشرة أو مترجمة للمشاركين الأجانب في الريبورتاج.

* **المختلطة:** تشمل استخدام مفردات اللغة العربية الفصيحة إلى جانب اللهجات العامية المختلفة للأقطار العربية، وبما أنَّه لا يوجد ريبورتاج إستخدمَ اللهجة العامية لوحدها دون وجود اللغة العربية الفصيحة، لذا تمَّ إختيار مصطلح (المختلطة) للدلالة على وجود نوعين من الألفاظ في الريبورتاج هي الفصيحة والعامية والتي تشمل بدورها لهجات متعددة كالشامية والمصرية والخليجية والمغاربية وغيرها.

2. وحدة الأسلوب: ويراد بها طريقة كتابة موضوع الريبورتاج من حيث تركيب الجمل وإنتقاء الألفاظ المعبرة عنه، وتكونت من الفئات الآتية:

أ. من حيث الوضوح: وتشير إلى مدى وضوح معاني نصوص الريبورتاج، وشملت:

* **أسلوب واضح وبسيط:** هو الأسلوب المعتمد على الاقتصاد في الألفاظ والتدقيق في استخدامها والجملة البسيطة التركيب الواضحة المعنى والعبارات المألوفة التي تخاطب شرائح الجمهور جميعها.

* **أسلوب نخبوي:** يتمثل في الأسلوب الموجه إلى النخبة في المجتمع، ويعتمد الجمل التي تنطوي على مفاهيم ومصطلحات، والتركيبات اللغوية الفنية الصعبة، والألفاظ التي تحمل بعض المعاني التي يصعب فهمها من قبل الجمهور البسيط، ويكون هذا الأسلوب موجهاً إلى الطبقة المثقفة في الجمهور.

ب. من حيث تركيب الفقرات: ويعنى بها الجمل المستخدمة في الريبورتاج الإذاعي، وتشمل ثلاثة أنواع:

* **فقرة قصيرة:** هي التي تتكون من جملة واحدة إلى ثلاث جمل على أن يكتمل المعنى.

* **فقرة طويلة:** هي الفقرة التي تتكون من خمس جمل فأكثر ليكتمل المعنى الإجمالي.

* **فقرة متوسطة:** هي التي تتكون من عدد من الجمل يكون وسطاً بين النوعين السابقين.

ج. من حيث الدقة: ويقصد بها مدى دقة دلالة الألفاظ على المعاني، ويشمل فقرتين:

* **أسلوب دال على المعنى:** هو الأسلوب التحريري الدال دلالة دقيقة على المعنى وينخفض فيه مستوى التأويل.

* **أسلوب إنشائي:** هو أسلوب يعتمد الإنشائية في التعبير كالأساليب الأدبية.

3. وحدة صوت المذيع: ويعنى بها صوت مقدم الريبورتاج، وبما أنَّ الإذاعة دولية وبحكم خبرتها الطويلة، فهي تختار دائماً مذيعين ذوي أصوات جهورية خالية من عيوب النطق، وقد حدد مستويين من الأصوات:

* **جهوري وجذاب:** أي الصوت القوي للمذيع والذي ترتاح له أذن المستمع ويمتلك جاذبية، وتظهر مهارته وسلامة نطقه لمخارج الألفاظ وتلوين صوته بما يناسب المعاني، ويقويه ويضاعف تأثيره.

* **جهوري وغير جذاب:** يشمل صوت المذيع القوي الحاد السليم، لكنه خالٍ من الجاذبية.

4.وحدة الموضوعات: وتشمل الموضوعات التي يعالجها الريبورتاج الإذاعي، وحددت أربعة أنواع من تلك الموضوعات:

* **ريبورتاج خبري لأحداث آنية:** ويتطرق لموضوع يخص خبراً عن حدثٍ آنيٍّ جديد.

* **ريبورتاج خبري لأحداث سابقة:** يعالج موضوعاً يخص أحداثاً سابقة جرى تناولها من زاوية جديدة.

* **ريبورتاج يعالج قضية آنية:** يعالج قضية آنية تهم المستمعين، أو جانب من تلك

القضية، كالقضية الفلسطينية، أو الأزمة الاقتصادية العالمية مثلاً.

* **ريبورتاج يعالج قضية سابقة:** يتطرق لقضية سابقة، حدثت في الماضي واستدعتها ظروف معينة، ويتناولها من زاوية جديدة، كالحرب العالمية الثانية أو حرب الفوكلاند بين بريطانيا والأرجنتين.

5. وحدة الجمهور المستهدف: ويقصد بها المتلقين الذين توجه إليهم الرسالة الإعلامية عبر الريبورتاج الإذاعي، وهم صنفان:

* **عام:** يشمل كافة أو معظم شرائح الجمهور.

* **خاص:** ويراد به طبقة أو فئة معينة توجه إليها الرسالة الإعلامية كجمهور الفلاحين مثلاً أو فئة المثقفين أو الطلبة الجامعيين.

6. وحدة المقابلات: وهي الحوار الذي يجري مع أشخاص لهم علاقة بموضوع الريبورتاج الإذاعي، وَصنفت الريبورتاج على نوعين:

* **ريبورتاج ينطوي على مقابلات:** أي يتضمن حوارات مع ضيوف أو أُناس على علاقة بالحدث أو القضية التي يتناولها الريبورتاج الإذاعي.

* **ريبورتاج خالٍ من المقابلات:** وهو الذي لا يتضمن تلك الحوارات.

7. وحدة أسلوب تسجيل المقابلات: ويقصد بها طريقة تسجيل المقابلة، والمكان الذي جرى فيه ذلك، ويمكن تمييز ذلك من طريقة عرض صوت الضيف. ويشمل:

* **في مكان الحدث:** تسجيل المقابلة في المكان الذي جرى فيه الحدث الذي يتناوله الريبورتاج، ويمكن تمييزه إذا كان هناك أصوات مصاحبة لصوت الضيف أو صوت الجو العام المصاحب لصوته.

* **في الأستوديو:** تسجيل المقابلة داخل استوديوهات الإذاعة في باريس أو مكاتب الإذاعة في عواصم الدول الأخرى، ويمكن تمييزه إذا كان نقياً صافياً غير مصحوب بأصوات أخرى مشوشة أو صوت الجو العام، أو تحديد ذلك عن طريق اتصال الباحث بمقر الإذاعة في باريس.

* **الاثنان معاً:** تسجيل الحوارات بطريقتين، داخل الأستوديو، وفي مكان الحدث، أي أن يتضمن الريبورتاج النوعين معاً من المقابلات.

* **عبر الهاتف:** وهي المقابلات التي يجري تسجيلها عبر الهاتف، ويتم تمييز ذلك من طبيعة الصوت في الريبورتاج.

8. وحدة أنواع المؤثرات الصوتية: هي أصوات طبيعية أو موضوعة مسجلة، تستخدم في الريبورتاج الإذاعي لتعطي انطباعاً بالواقعية لدى المستمع وتساعده في تكوين الصورة التخيلية عند سماعه للريبورتاج. وتشمل:

* **طبيعية خلفية:** أصوات طبيعية مسجلة من مكان الحدث وغالباً ما تكون مفهومة ولا تحتاج إلى تفسير في سياق الريبورتاج الإذاعي.

* **موضوعة:** أصوات مسجلة مسبقاً في الأستوديو، ليست من مكان الحدث المقصود، تستخدم ضمن الريبورتاج في المكان المناسب.

* **الاثنان معاً:** استخدام المؤثرات الطبيعية الخلفية المسجلة في مكان الحدث الذي يتناوله الريبورتاج مع مؤثرات أخرى موضوعة مسجلة في الأستوديو.

* **بدون مؤثرات:** الريبورتاجات التي تخلو من المؤثرات الصوتية.

9. وحدة توظيف المؤثرات الصوتية: وتعني طبيعة توظيف المؤثرات الصوتية في الريبورتاج، وتتضمن:

* **توضيح الحدث:** هدفها توضيح الأحداث التي يتضمنها الريبورتاج كأصوات جمهور في تظاهرة.

* **إضفاء الواقعية على الحدث:** تستخدم لجعل المستمع يقتنع بواقعية الحدث الذي يعالجه الريبورتاج، كصوت ملعقة في كوب شاي، أو صوت هدير الماء في موضوع يتطرق للفيضانات مثلاً.

* **التأثير النفسي على المستمع:** تستخدم بهدف التأثير في نفسية المستمع وجعله يتفاعل مع موضوع الريبورتاج، كصوت بكاء طفل، أو صراخ امرأة.

* **غير مهمة في سياق الريبورتاج:** أي أنها لم توضع في المكان المناسب، وفي حال حذفها من ذلك الريبورتاج فلن يحدث تأثير على مضمون الرسالة الاتصالية التي يتوجه بها نحو المتلقي.

* **طغت على الكلمة المنطوقة:** أي أنَّ المؤثرات كانت طاغية على كلمات المذيع أو الضيوف وكان لها أثر سلبي في درجة وضوح أصواتهم ومن ثمَّ التشويش على الرسالة الموجهة إلى المستمع.

10. وحدة الموسيقى: استخدام مقاطع موسيقية في الريبورتاج الإذاعي، وهناك نوعان من الريبورتاجات في هذا السياق:

* **ريبورتاج يتضمن موسيقى:** أي يتضمن مقاطع موسيقية أو أغانٍ أو أجزاء منها، مستقلة ضمن فقراته، أو مصاحبة للكلام المنطوق.

* **ريبورتاج لا يتضمن موسيقى:** وهو الذي يخلو من أي مقطع موسيقي أو أغنية أو جزء من ذلك ضمن فقراته.

أ. الوظيفة العامة للموسيقى: ويراد بها طبيعة توظيف المقاطع الموسيقية أو المقاطع الغنائية وما تضفيه من تأثيرات على الريبورتاج، وحسب الفئات الآتية:

* **خلق مزاج للمستمع لتقبل الموضوع:** تساعد على خلق المزاج الضروري للمستمع ليكون على استعداد كامل، نفسياً وموضوعياً، لتلقي معطيات الريبورتاج.

* **تغيير الإيقاع والخروج من الرتابة:** تساعد على الخروج من رتابة الموضوع أو إيقاع معين إلى إيقاع جديد يعطي حيوية أكثر للريبورتاج ويخفض من ملل الجمهور.

* **وسيلة انتقال من فقرة إلى أخرى:** تستعمل كوسيلة انتقال من فقرة في الريبورتاج إلى أخرى، أو من مسمع إلى آخر يرتبط به، أو للفصل بين فقرتين.

* **وسيلة انتقال بين حدثين مختلفين:** تستخدم للانتقال بين مسمعين وحدثين مختلفين في الزمان والمكان.

* **المساعدة على تغيير النبرة الصوتية للمذيع:** تستخدم كعامل مساعد لمقدمي الريبورتاج الإذاعي على تغيير الطبقة الصوتية أثناء الإلقاء.

* **الإنابة عن المؤثرات الصوتية:** عندما تدمج الموسيقى على شكل جو ناطق لتنوبَ عن المؤثرات الصوتية في الريبورتاج الإذاعي، فتصف أجواء خاصة، كالأفراح الشعبية مثلاً.

ب. مدى مناسبة الموسيقى للريبورتاج: أي معرفة ما إذا كانت قد وضعت في المكان المناسب وكان لها أثر في استكمال عناصر رسالة الريبورتاج إلى المتلقي، وهنا تتوافر فئتان:

* **مناسبة:** توظيف الموسيقى بطريقة ملائمة ضمن فقرات الريبورتاج بما يعطي حيوية وجاذبية وإيحاء أكبر للمستمع ويساعده على تقبل الموضوع والتفاعل معه.

* **غير مناسبة:** استخدمت في المكان غير المناسب، وبصورة غير موفقة، ويمكن الاستغناء عنها من دون تأثير على الرسالة الإعلامية في الريبورتاج.

ج. مدى طغيان الموسيقى في الريبورتاج: ويراد بهِ معرفة ما إذا كانت الموسيقى

المستخدمة في الريبورتاج قد أثرت سلباً أو إيجاباً على الكلام المنطوق. وقسمت على فئتين:

* **طاغية على الكلام المنطوق:** بمعنى أنَّ تأثيرها سلبي على وضوح كلام المذيع أو الضيوف، وكانت طاغية على المحتوى.

* **متوافقة مع الكلام المنطوق:** بمعنى أنها ملائمة ومتوافقة مع كلام المذيع وحوارات الضيوف وكانت خافتة أو متوقفة أثناء الكلام ثم تعلو أو تخفت حسب طبيعة المادة في البرنامج.

د. حدود المساحة الزمنية للموسيقى: أي الوقت الذي شغلته المقطوعات الموسيقية ضمن الريبورتاج الإذاعي، وقسمت على:

* **طويلة:** تعد الموسيقى طويلة إذا كانت تمتد على كل أو أغلب مساحة زمن الريبورتاج، كمقطوعة مستقلة عالية أو خلفية ذات صوت خافت أثناء الكلام.

* **متوسطة:** تعد الموسيقى متوسطة إذا كانت مساحتها الزمنية تقرب نصف وقت البرنامج.

* **قصيرة:** تعد الموسيقى قصيرة إذا كانت تقدم ضمن فقرة واحدة قصيرة أو اثنتين على ألاّ تتجاوز نصف المساحة الزمنية للريبورتاج، كأن تكون مثلاً في بداية ونهاية الريبورتاج أو في إحداهما.

11. وحدة إعداد الريبورتاج: ويقصد بها المكان الذي أعِدَّ فيهِ الريبورتاج، ويشمل فئتين:

* **داخل استوديوهات الإذاعة في باريس:** ويكون ذلك في الريبورتاجات التي تعالج مواضيع داخل حدود فرنسا، إذ يتم إعدادها داخل استوديوهات الإذاعة في العاصمة الفرنسية.

* **داخل مكاتب الإذاعة في عواصم الدول الأخرى:** ويكون ذلك في الريبورتاجات التي تعالج مواضيع خارج حدود فرنسا، ويقوم بها مراسلو الإذاعة في العواصم والمدن المختلفة.

12. وحدة نقل الريبورتاج: وتعني الطريقة التي يجري عن طريقها إيصال الريبورتاج إلى استوديوهات البث، ويمكن تمييز ذلك من نوعية الصوت المذاع، ويتم بطريقتين:

* **عبر الأقمار الصناعية بواسطة جهاز البث SNG:** يكون النقل في هذه الطريقة عبر أجهزة البث للأقمار الصناعية المسماة SNG، وفيها يكون الصوت مجسماً ونقياً وواضحاً جداً.

* **عبر الهاتف:** يكون النقل عبر الهاتف إلى استوديوهات الإذاعة في باريس ومن ثم يُبَثّ للمستمعين، ويكون الصوت غير مُجَسَّم كما هو الحال في SNG، بل يبدو عليه بجلاء انه يصل عبر الهاتف، ما يؤثر سلباً على درجة نقائه ووضوحه، وصعوبة استخدام العناصر المختلفة فيه كالموسيقى والمؤثرات الصوتية، نتيجة عدم وضوحها إذا ما استخدمت، إلاّ أنَّ بعض الريبورتاجات التي ترسل بصوت المراسل عبر الهاتف تضاف لها بعض العناصر الفنية الأخرى بإعادة (المونتاج) للمادة في استوديوهات الإذاعة، غير أنَّ ذلك لا يغير من واقع إنَّ الصوت المذاع لمقدم الريبورتاج والضيوف مسجل عبر الهاتف ويُبثّ بشكله الأصلي.

13. وحدة القالب الفني: وتشير إلى القالب الفني المستخدم في كتابة الريبورتاج الإذاعي، وتحديد شكله وطريقة بنائه، ويتكون كل قالب من مقدمة وجسم وخاتمة. وتقسم هذه الوحدة على ما يأتي:

أ. مدى التناسب: وتعني مدى التناسب بين مكونات القالب الفني المستخدم في الريبورتاج. ويتضمن فئتين:

* **يوجد تناسب بين المقدمة والجسم والخاتمة:** أي أنَّ المقدمة تأخذ مساحة زمنية أقل من الجسم والذي بدوره يأخذ مساحة زمنية أكبر من المقدمة والخاتمة، كما أنَّ الخاتمة يُفترض ألاّ تزيد مساحتها الزمنية عن المقدمة.

* **لا يوجد تناسب بين المقدمة والجسم والخاتمة:** ويحدث ذلك عندما تأخذ المقدمة أو الخاتمة مساحة مقاربة لمساحة الجسم الزمنية أو اكبر منه.

ب. نوع القالب الفني المستخدم: ويقصد به نوع القالب الفني الذي استخدمه كاتب الريبورتاج، وبهذا الشأن جرى تحديد أكثر أنواع القوالب انتشاراً واستخداماً في الريبورتاجات التي قدمتها إذاعة مونت كارلو الدولية، أما القوالب التي لم تذكر في استمارة التحليل فهي التي لم تستخدم أصلاً في كتابة الريبورتاجات التي بثتها الإذاعة. وتم تحديد القوالب الآتية:

* **قالب الهرم المعتدل المبني على العرض الموضوعي:** عن طريقه يعرض المحرر

الموضوع عبر مقدمة تثير إهتمام المستمع به، ويركز بشكلٍ لافتٍ على الفكرة الأكثر أهمية في الموضوع، أما بقية زوايا الموضوع فيعرضها في جسم الريبورتاج، ثم تأتي الخاتمة لتقدم خلاصة ما انتهى إليه معد الريبورتاج من آراء أو تصورات أو حلول للمشكلة، ويقوم هذا القالب على طرح مجموعة تساؤلات مهمة فيما يتعلق بالجمهور، ويجيب عنها عن طريق عرض المعلومات والوقائع والبيانات والمقابلات، ما يشكل شواهد وأدلَّة تعالج في النهاية التساؤلات والأفكار المطروحة في المقدمة.

* **قالب الهرم المعتدل المبني على الوصف التفصيلي:** يصف المحرر في هذا القالب صورة عامة وسريعة للحدث أو جزء منه في مقدمة الريبورتاج، ثم يضع الوصف التفصيلي له في جسم الريبورتاج، وتقوم الخاتمة بعملية الربط بين التفاصيل المتناثرة لتقدم في النهاية صورة متكاملة للموضوع، أو قد تقتصر على الانطباعات الأخيرة للمحرر.

* **قالب الهرم المعتدل المبني على السرد القصصي:** يكتب الريبورتاج في هذا القالب بلغة سردية تعتمد على التأثير العاطفي، وهو يتماثل إلى حدٍّ ما، مع القصص الأدبية في بنائه الفني، أي أنَّ له بداية وعقدة ونهاية، إلاّ أنهُ يختلف عنها في أنه يقوم على وقائع حقيقية وليس على الخيال.

* **قالب العرض:** هو قالب يعرض المادة من دون تدخل كاتب الريبورتاج إلاّ بقدرٍ ضئيلٍ، وتتلخص طريقة كتابته بعرض الفكرة الرئيسة ثم عرض الحقائق والوقائع المتصلة بها، وعرض آراء الأشخاص المتصلين بها والمؤيدين لها، ثم عرض آراء المعارضين، يتبعه عرض رأي لشخص معروف أو عالم مشهور، ثم تذكر النتائج المستخلصة.

* **قالب الوصف:** في هذا القالب يوصف الجو العام للريبورتاج، عن طريق الوصف المباشر لبيئة الريبورتاج وموضوعه وأشخاصه.

* **قالب القصة:** يستخدم هذا القالب أسلوب كتابة القصة في بناء جسم الريبورتاج، كالعقدة والحبكة والبناء والشخصيات والحل، وهو يشبه بحدودٍ معينةٍ، قالب الهرم المعتدل المبني على السرد القصصي، لكنه يختلف عنه في عدم إستخدامه طريقة الهرم المعتدل في بناء الريبورتاج.

* **القالب السردي:** يقوم المحرر في هذا القالب بصياغة الريبورتاج تبعاً لتسلسل

الحدث من دون تدخلات (مونتاجية)، فيورد الأحداث والحقائق على وفق تسلسلها الزمني أو التطوري.

* **قالب لُبُّ الموضوع:** يعرض المحرر في هذا القالب (لُبّ) الموضوع في مقدمة الريبورتاج، ومن ثم ينتقل إلى التعامل مع الحقائق الأخرى، محاولاً الكشف عن الجوانب المختلفة للموضوع.

* **قالب التفاصيل المبعثرة:** في هذا القالب تكون الحقائق والأوصاف والاستعارات غير مترابطة، ولكنها في الواقع تعبر عن علاقات منطقية تشير سلباً أو إيجاباً إلى حقائق وأحكام حول أحداث وشخصيات الواقع الذي تناوله الريبورتاج.

14. وحدة مدخل الريبورتاج: يتمثل مدخل الريبورتاج بالمادة التي تبث في لحظاته الأولى، ثم تتوالى الفقرات الأخرى المكونة له. وقد حددت المداخل الآتية:

* **مؤثرات صوتية من موقع الحدث:** يبدأ الريبورتاج بأصوات طبيعية من موقع الحدث وتمثل الجو العام للريبورتاج أو أصوات من بيئته.

* **مؤثرات صوتية موضوعة:** يبدأ الريبورتاج بأصوات لمؤثرات موضوعة في الأستوديو.

* **موسيقى:** وفيها يستهل الريبورتاج بمقطوعة موسيقية قصيرة، لتعطي جواً معبراً لموضوع الريبورتاج.

* **صوت المذيع:** وهو الريبورتاج الذي يبدأ مدخله مباشرةً بصوت المذيع.

* **حديث الضيف:** وفيه يكون صوت أحد الضيوف المشاركين مدخلاً للريبورتاج، ثم تتبعه الفقرات الأخرى.

15. وحدة مقدمة الريبورتاج: هي المساحة الزمنية التي يسلط فيها الضوء على موضوع الريبورتاج بكلمات تُنتقى بعناية لتعبر عن أهمية الموضوع للإذاعة وللمستمعين، وتتكون من جمل قليلة وقصيرة تلخص موضوع الريبورتاج وتبرز وجه القضية أو الحدث لتثير اهتمام المتلقي بهما. وقد حددت الفئات الآتية:

أ. من حيث الجاذبية: وتشير إلى العناصر التي من شأنها شد انتباه المستمع، وقد حددت لها فئتان:

* **جذابة وتلفت الانتباه:** نعني بها تلك المقدمة التي كتبت بطريقة جذابة وأسلوب شيق يلفت انتباه المستمع.

* **تقليدية:** هي المقدمة التي حررت بطريقة تقليدية. وليس فيها ما يجعلها تحوز على اهتمام المتلقي.

ب. من حيث مضمونها: أي ما تنطوي عليه مقدمة الريبورتاج من مضامين، وفيها فئتان:

* **تتضمن معلومة أو واقعة:** أي أن المقدمة تتضمن خبراً عن حدثٍ وقع سابقاً أو واقع حالياً أو معلومة معينة.

* **لا تتضمن معلومة أو واقعة:** بمعنى إنها مقدمة ليس فيها خبر أو معلومات.

ج. مدى ملاءمتها للموضوع: أي مدى توافق المقدمة مع محتوى الريبورتاج، وفيها فئتان:

* **ملائمة:** نعني بذلك إن المقدمة تلائم موضوع الريبورتاج وتعبر عنه.

* **غير ملائمة:** أي أنَّ المقدمة ليست متوافقة مع محتوى الريبورتاج ولا تناسب موضوعه.

د. مدى ملائمتها لطول البرنامج: ويقصد بها مدى تناسب المساحة الزمنية للمقدمة مع جسم الريبورتاج، ويجب أن تكون مساحتها قليلة قياساً بالجسم وألاّ تكون قصيرة جداً، وحددت لها فئتان:

* **ملائمة:** زمنها متناسب مع زمن جسم الريبورتاج، فهي أقل منه وبذلك تكون ملائمة لطول البرنامج.

* **غير ملائمة:** زمنها غير متناسب مع زمن الجسم، أي قد تكون قصيرة جداً أو طويلة جداً، فإذا كان زمنها غير متوافق مع المساحة الزمنية لجسم الريبورتاج تكون عندئذٍ غير ملائمة لطول البرنامج.

16. وحدة أنواع المقدمات المستخدمة: وتشير إلى أنواع المقدمات المستخدمة في الريبورتاجات، وقد حددت أكثر الأنواع استخداماً في ريبورتاجات إذاعة مونت كارلو الدولية، أما الأنواع الأخرى التي لم تذكر في استمارة التحليل فهي التي لم تستخدم ضمن مقدمات الريبورتاجات في الإذاعة، وقد حددت الأنواع الآتية:

* **إخبارية:** وهي التي تقدم أخباراً أو مادة إخبارية في داخل إطارها، أو تقدم خبراً بأسلوبٍ مجرد، ليكون بداية الريبورتاج.

* **اقتباسية:** أي تتضمن نصاً لقول أو عبارة مقتبسة من أقوال إحدى شخصيات

الريبورتاج أو شخصية من خارجه، ويمكن أن تعتمد على اقتباس مقطع صوتي من خطاب أو تصريح أو ندوة أو حديث لشخصٍ، ووضعه في بداية الريبورتاج.

* **تساؤلية:** تلك المقدمة التي تطرح سؤالاً أو مجموعة أسئلة، وتشكل الأسئلة بمجموعها إطاراً لمادة الريبورتاج.

* **وصفية:** تقوم بوصف الحدث في الريبورتاج، والتركيز على تجميع الملاحظات والربط بينها، ووصف شخص أو حدث أو مظهر في موضوع الريبورتاج.

* **تاريخية:** تقدم المراحل التي مرت بها الحالة أو المشكلة التي يتناولها الريبورتاج، كما تتناول الذكريات المتصلة بالموضوع والمحيطين بشخوصه.

* **قصة إعداد الريبورتاج:** تركز على الجهود التي قام بها محرر الريبورتاج من أجل الحصول على المعلومات والمقابلات مع الأشخاص من ذوي العلاقة بموضوعه، وكيفية تنفيذ الريبورتاج، والمصاعب التي واجهها في سبيل ذلك.

* **مقارنة:** أي تتضمن إجراء مقارنات سريعة بين المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الأحداث.

17. وحدة خاتمة الريبورتاج: نعني بهِ الجزء الأخير من وحدات قالب الريبورتاج وتأتي بعد الجسم، والخاتمة في الريبورتاج لها أنواع عديدة كما في الفئات الآتية:

* **تلخيص موجز:** يقدم فيها عرض موجز لموضوع الريبورتاج.

* **تقديم حلول ومعالجات:** تطرح عن طريق مقترحات تمثل حلولاً للمشكلة التي تناولها الريبورتاج، أو معالجات لما تم طرحه من قضايا.

* **توجيه رسالة إلى الجهة المعنية:** توجه عن طريقها رسالة بمضمون معين يراه المعد مناسباً للقضية المعروضة إلى الجهة التي تعنى بموضوع الريبورتاج ومسؤولة عن القضية أو المشكلة التي يعالجها البرنامج، وتتضمن الرسالة مقترحات أو عرض حالات معينة أمام أنظار المسؤولين.

* **استنباط معاني معينة:** وفيها يُبَرِّزُ مُعد الريبورتاج الاستنتاجات التي توصل إليها من أفكارٍ أو معانٍ، إستناداً إلى ما تم عرضه من دلائل وشواهد.

18. وحدة نهاية الريبورتاج: وتشير إلى المسمع الأخير في الريبورتاج، ويلقى المسمع الأخير عناية من المحررين بغية جعل الأفكار والمعلومات وغيرها مستقرة في الذهن. وفيها الفئات الآتية:

* **مؤثرات طبيعية خلفية:** ينتهي الريبورتاج في ثوانيه الأخيرة بأصوات لمؤثرات طبيعية خلفية.

* **مؤثرات صوتية موضوعة:** تكون نهاية الريبورتاج بأصوات موضوعة من داخل الأستوديو.

* **صوت المذيع:** يختم الريبورتاج في نهايته بصوت المذيع مجرداً من أي عنصر آخر.

* **موسيقى:** ويقصد بها نهاية الريبورتاج بمقطع موسيقي أو غنائي وما شابههما.

* **حديث الضيف:** وتكون النهاية فيه بصوت لشخصية معينة أو أحد ضيوف الريبورتاج.

19. وحدة سمات الريبورتاج: أي الخصائص التي يتميز بها هذا الفن الصحفي الإذاعي، ويشمل ما يأتي:

أ. من حيث الفاعلية: أي قدرة الريبورتاج على أن يكون فاعلاً وحيوياً، وفيها فئتان:

* **حيوي:** وهي السمة التي تجعل الريبورتاج حيوياً ويشد سمع المتلقين عبر الأساليب المشوقة والأفكار الجديدة والطريفة وغيرها.

* **غير حيوي:** لا ينطوي على عناصر جذب وفاعلية، الأمر الذي يجعله جامداً، ومن ثم فهو لا يحقق للمستمع القدرة على التخيل.

ب. من حيث وحدة الموضوع: وتعني انطواء الريبورتاج على فكرة واحدة، أو فكرة رئيسة وأفكار ثانوية تصب في مجرى الفكرة الرئيسة، ويشمل فئتين:

* **يتضمن فكرة أساسية:** وجود فكرة رئيسة في الريبورتاج يدور حولها الموضوع، فيركز المستمع فيها ويتلقى الموضوع في إطار وحدة الفكرة.

* **يتضمن أكثر من فكرة:** تضمين الريبورتاج أفكاراً عديدة، ما قد يؤدي إلى تشتيت أفكار المستمع وعدم التركيز على الموضوع الأساس.

ج. من حيث العرض: نعني به طول المساحة الزمنية للريبورتاج، ونحدد هنا فئتين:

* **مختصر:** وحددت بمدة ثلاث دقائق كحد أعلى لزمن الريبورتاج الذي يمكن عدّهُ مختصراً، وقد حددت الإدارة الحالية لإذاعة مونت كارلو الدولية في أول دورة

برامجية لها أواخر صيف عام 2009 مدة الريبورتاج بدقيقتين ونصف وبما لا يتجاوز (3) دقائق كحد أعلى، لخفض ملل الجمهور، في حين أن مدة بعض الريبورتاجات كانت تصل قبل ذلك إلى أكثر من (5) دقائق للريبورتاج الواحد، وبما أن هذه الإذاعة من الإذاعات الدولية المعروفة ولها خبرة طويلة في هذا المجال ومستندة بالضرورة إلى دراسات معمقة في هذا الخصوص، لذا فقد اعتمد الكاتب هذا المعيار في تحديد الريبورتاج المختصر بما لا يزيد عن ثلاثة دقائق.

* **مُطَوَّل:** تم تحديد الريبورتاج المطوَّل بالذي يزيد وقته عن ثلاث دقائق.

د. من حيث الوضوح: ونقصد بهِ إلى أي مدى يمكن فهم الريبورتاج من قبل المستمع، وخصص لها فئتين:

* **واضح:** وهو الريبورتاج الذي يكتب بطريقة واضحة يسهل فهمها من شرائح الجمهور جميعها، عن طريق إنتقاء الألفاظ والأصوات والمؤثرات المناسبة وإعتماد المفردات المعتادة والسرد المباشر للأفكار.

* **غير واضح:** وهو الريبورتاج الذي يستخدم أسلوباً صعباً في عرض الأفكار والصور الذهنية والجمل المركبة، ويستخدم المصطلحات المعروفة من ذوي الاختصاص، وقد يتضمن أفكاراً أو حقائق كثيرة للغاية، ما يشتت ذهن المستمع عن الفكرة الرئيسة.

هـ. من حيث الواقعية: وهو الريبورتاج الذي تطرح موضوعاته بواقعية دون إغراقٍ في المثاليات والعبارات الرنانة الفارغة، فضلاً عن تناوله مواضيع واقعية بعيدة عن الخيال، وقد حددت لهذا الغرض فئتان:

* **يعايش الواقع:** أي أنَّ كاتب الريبورتاج يكون قد عاش الحدث أو شاهده ويتحدث إلى المستمع بطريقة سهلة ومباشرة كأنه يتحدث مع صديقه الذي لم يشاهده، فينقله إلى المستمع وكأنه يعايشه بالفعل.

* **لا يعايش الواقع:** هو الريبورتاج الذي يعده محرر لم يعايش الواقعة أو الحادثة، أو يختار موضوعاً غير واقعي كالموضوعات الغيبية وغيرها.

و. من حيث الموضوعية: نعني أن يتم التعبير عن الموضوع المراد إيصاله إلى الجمهور من دون التأثر المباشر بالجوانب الذاتية والعواطف والأهواء والميول الشخصية للمحرر أو آرائه السياسية والفكرية والاجتماعية عند صياغة مادة

الريبورتاج، ولها الفئتان الآتيتان:

* **موضوعي:** هو الريبورتاج الذي لا يتأثر بالآراء الشخصية للمحرر، وتبرز الحيادية فيه جلية وواضحة.

* **غير موضوعي:** هو الريبورتاج الذي يتضمن آراء ذاتية للمحرر بشكلٍ تطغى على مضمونه وتجعله غير حيادي في الطرح.

ز. من حيث التوازن: ويقصد بها تضمين الريبورتاج آراء الأطراف المتنافسة أو المتصارعة جميعها، الذين لهم علاقة بالقضية التي يجري تناولها، وعدم الاقتصار على عرض وجهات نظر جهة واحدة دون أخرى، ويشمل:

* **متوازن:** وهو الريبورتاج الذي يتضمن معظم الآراء المتعارضة في الموضوع وإسناد كل معلومة أو رأي إلى مصدره.

* **غير متوازن:** هو الريبورتاج الذي يتضمن عرضاً لآراء وأفكار جهة واحدة دون التعرض إلى وجهات نظر الجهات الأخرى المتعارضة معها.

20. وحدة شروط الريبورتاج: وهي الضوابط التي يجب مراعاتها عند إعداد الريبورتاج، وهي كثيرة ولذلك جرى تحديد جانبين فقط يرى الكاتب أنَّ لهما علاقة بالبناء الفني للريبورتاج:

أ. من حيث معالجة الموضوع: وتعني طريقة تناول الموضوع ومدى عمق المعالجة، وتشمل فئتين:

* **معالجة عميقة:** ويقصد بها عدم الاكتفاء بعرض القضية أو المشكلة عرضاً سطحياً، بل الدخول إلى أعماقها وتناولها بالتفصيل من معظم جوانبها وإشباعها بحثاً وتدقيقاً وصولاً إلى الهدف المنشود للريبورتاج.

* **معالجة سطحية:** ويجري فيها تناول الموضوع بطريقة مبسطة ومعالجته سطحياً دون الدخول إلى أعماق وتفاصيل القضية، ويهتم بجوانب معينة دون أخرى.

ب. من حيث المصداقية: وتشير إلى العناصر التي من شأنها تحقيق قدرٍ معينٍ من قناعة المستمع بما يقدمه له، وتشمل الفئات الآتية:

* **يستند إلى معطيات رقمية:** أي إحتواء الريبورتاج على إحصائيات وأرقام تدعم المعلومات الواردة فيه.

* **استضافة خبراء متخصصين:** يستضيف الريبورتاج الخبراء والفنيين من ذوي

الاختصاص بالموضوع الذي يعالجه بهدف الوصول إلى الأسباب ومناقشتها وتحليلها، ومن ثمَّ محاولة جعل الريبورتاج مقنعاً للمستمع.

***يفتقر إلى ما يعزز ثقة المستمع بالمضمون:** عندما لا يتضمن الريبورتاج معلومات أو بيانات أو أرقام أو آراء المختصين وذوي الخبرة.

ملحق رقم (2)
يتضمن استمارة التحليل ونتائجها
للمدة من 2009/7/1 لغاية 2010/6/30

الفقرات	التكرارات	النسبة المئوية
1. وحدة اللغة:		
العربية الفصحى:	63	%29.5
المختلطة:	151	%70.5
2. وحدة الأسلوب:		
أ. من حيث الوضوح:		
أسلوب واضح وبسيط	201	%93.9
أسلوب نخبوي	13	%6.1
ب. من حيث تركيب الفقرات:		
فقرة قصيرة	170	%79.5
فقرة طويلة	6	%2.8
فقرة متوسطة	38	%17.7
ج. من حيث الدقة:		
أسلوب دالّ على المعنى	134	%62.6
أسلوب إنشائي	80	%37.4
3. وحدة صوت المذيع:		
جهوري وجذّاب	189	%88.3
جهوري وغير جذّاب	25	%11.7
4. وحدة الأخبار والموضوعات:		
ريبورتاج خبري لأحداث آنية	132	%61.7
ريبورتاج خبري لأحداث سابقة	17	%7.9
ريبورتاج يعالج قضية آنية	52	%24.3

ريبورتاج يعالج قضية سابقة	13	%6.1
5. وحدة الجمهور المستهدف:		
عام	184	%86
خاص	30	%14
6. وحدة المقابلة:		
ريبورتاج ينطوي على مقابلات	211	%98.6
ريبورتاج خالٍ من المقابلات	3	%1.4
7. وحدة أسلوب تسجيل المقابلات:		
في مكان الحدث	205	%97
في الاستوديو	2	%1
الإثنين معاً	1	%0.5
عبر الهاتف	3	%1.5
8. وحدة أنواع المؤثرات الصوتية:		
طبيعية خلفية	122	%57
موضوعة	11	%5.1
الاثنين معاً	10	%4.7
بدون مؤثرات	71	%33.2
9.وحدة توظيف المؤثرات الصوتية:		
توضيح الحدث	72	%50.3
إضفاء الواقعية على الحدث	54	%37.8
التأثير النفسي على المستمع	13	%9.1
غير مهمة في سياق الريبورتاج	4	%2.8
طغت على الكلمة المنطوقة	صفر	صفر
10. وحدة الموسيقى:		
ريبورتاج يتضمن موسيقى	72	%33.6
ريبورتاج لا يتضمن موسيقى	142	%66.4

أ. الوظيفة العامة للموسيقى:		
خلق مزاج للمستمع لتقبل الموضوع	33	%45.8
تغيير الإيقاع والخروج من الرتابة	17	%23.6
وسيلة انتقال من فقرة إلى أخرى	2	%2.8
وسيلة انتقال بين حدثين مختلفين	صفر	صفر
المساعدة على تغيير النبرة الصوتية للمذيع	صفر	صفر
الإنابة عن المؤثرات الصوتية	20	%27.8
ب. مدى مناسبة الموسيقى للريبورتاج:		
مناسبة	69	%95.8
غير مناسبة	3	%4.2
ج. مدى طغيان الموسيقى في الريبورتاج:		
طاغية على الكلام المنطوق	صفر	صفر
متوافقة مع الكلام المنطوق	72	%100
د. حدود المساحة الزمنية للموسيقى:		
طويلة	30	%41.7
متوسطة	26	%36.1
قصيرة	16	%22.2
11. وحدة إعداد الريبورتاج:		
داخل استوديوهات الإذاعة في باريس	45	%21
داخل مكاتب الإذاعة في عواصم الدول الأخرى	169	%79
12. وحدة نقل الريبورتاج:		
عبر الأقمار الصناعية بواسطة جهاز البث SNG	193	%90.2
عبر الهاتف	21	%9.8
13. وحدة القالب الفني:		

أ. مدى التناسب:		
يوجد تناسب بين المقدمة والجسم والخاتمة	214	%100
لا يوجد تناسب بين المقدمة والجسم والخاتمة	صفر	صفر
ب. نوع القالب الفني المستخدم:		
الهرم المعتدل المبني على العرض الموضوعي	49	%22.9
الهرم المعتدل المبني على الوصف التفصيلي	76	%35.5
الهرم المعتدل المبني على السرد القصصي	5	%2.3
العرض	16	%7.5
الوصف	38	%17.8
القصة	8	%3.7
السردي	9	%4.2
لُبُّ الموضوع	10	%4.7
التفاصيل المبعثرة	3	%1.4
14. وحدة مدخل الريبورتاج:		
مؤثرات صوتية من موقع الحدث	56	%26.2
مؤثرات صوتية موضوعة	17	%8
موسيقى	42	%19.6
صوت المذيع	91	%42.5
حديث الضيف	8	%3.7
15. وحدة مقدمة الريبورتاج:		
أ. من حيث الجاذبية:		
جذابة وتلفت الانتباه	136	%63.6
تقليدية	78	%36.4
ب. من حيث مضمونها:		
تتضمن معلومة أو واقعة	160	%74.8

لا تتضمن معلومة أو واقعة	54	%25.2
ج. مدى ملائمتها للموضوع:		
ملائمة	214	%100
غير ملائمة	صفر	صفر
د. مدى ملائمتها لطول البرنامج:		
ملائمة	214	%100
غير ملائمة	صفر	صفر
16. وحدة أنواع المقدمات المستخدمة:		
إخبارية	67	%31.3
اقتباسية	18	%8.4
تساؤلية	5	%2.3
وصفية	111	%51.9
تاريخية	8	%3.7
قصة إعداد الريبورتاج	4	%1.9
مقارنة	1	%0.5
17. وحدة خاتمة الريبورتاج:		
تلخيص موجز	125	%58.4
تقديم حلول ومعالجات	12	%5.6
توجيه رسالة إلى الجهة المعنية	45	%21
إستنباط معاني معينة	32	%15
18. وحدة نهاية الريبورتاج:		
مؤثرات طبيعية خلفية	27	%12.6
مؤثرات صوتية موضوعة	10	%4.7
صوت المذيع	132	%61.7
موسيقى	38	%17.7
حديث الضيف	7	%3.3

19. وحدة سمات الريبورتاج:		
أ. من حيث الفاعلية:		
حيوي	193	%90.2
غير حيوي	21	%9.8
ب. من حيث وحدة الموضوع:		
يتضمن فكرة أساسية	193	%90.2
يحتوي على أكثر من فكرة	21	%9.8
ج. من حيث العرض:		
مختصر	202	%94.4
مطوّل	12	%5.6
د. من حيث الوضوح:		
واضح	214	%100
غير واضح	صفر	صفر
هـ. من حيث الواقعية:		
يعايش الواقع	214	%100
لا يعايش الواقع	صفر	صفر
و. من حيث الموضوعية:		
موضوعي	214	%100
غير موضوعي	صفر	صفر
ز. من حيث التوازن:		
متوازن	192	%89.7
غير متوازن	22	%10.3
20. وحدة شروط الريبورتاج:		
أ. من حيث معالجة الموضوع:		
معالجة عميقة	122	%57
معالجة سطحية	92	%43

ب. من حيث المصداقية:		
يستند إلى معطيات رقمية	54	%25.2
إستضافة خبراء متخصصين	113	%52.8
يفتقر إلى ما يعزز ثقة المستمع بالمضمون	47	%22

هذا الكتابُ..

معنيّ بالكشف عن العلاقات الرابطة بين العناصر المكوّنة للبناء الفني في الريبورتاج الإذاعي الذي بثّتهُ إذاعة مونت كارلو الدولية، ومثل هذا الموضوع على قدر كبير من الأهمية، لإعتبارات عديدة منها؛ أنَّ البناء الفني معنيّ بسباكة شكل الريبورتاج، إنطلاقاً من أنَّ جزءاً كبيراً من تأثيرات المادة الإعلامية يرتبط بالشكل أكثر من ارتباطه بالمضمون، بالمقابل فإنَّ الكيفيات التي تُبنى بها المضامين لتكون فاعلة ومؤثرة في الجمهور لم تُدرس بالقدر الكافي على وفق منهج علمي للوصول إلى حقائق معينة بشأن البناء الفني، إذ أنَّ تفكيك الأشكال ومعرفة العناصر المكوّنة لها والكيفيات التي رُتِّبت بها، بما يكشف عن البناء الفني، قد يقودنا إلى حقائق يمكن الاستناد إليها في سباكة الأشكال الإعلامية، ومثل هذا الأمر يُعدّ ضرورة قصوى للعاملين في المجال الإعلامي.

الدكتور اياد خليل العبادي

باحث وأكاديمي وصحفي عراقي


ISBN 978-605-74037-2-8